

engine

ENGLISCH FÜR INGENIEURE

Englisch für Ingenieure

Media- Informationen 2012



Im Verlag:

Objektleitung:

Heike Heckmann
Telefon 0 61 51 / 3 80 - 310
E-Mail: heckmann@hoppenstedt.de

Mediaberatung:

Manuela Pappenberg
Telefon 0 61 51 / 3 80 - 2 23
E-Mail: pappenberg@hoppenstedt.de

Chefredakteur:

Matthias Meier
Telefon 0 61 51 / 3 80 - 3 12
Telefax 0 61 51 / 3 80 - 3 41
E-Mail: meier@hoppenstedt.de

Redaktionsbüro:

Telefon 07 21 / 4 06 71 35
Telefax 07 21 / 4 06 71 36
E-Mail: engine@remame.de

Verlagsanschrift:

Hoppenstedt Publishing GmbH
Postfach 10 02 27,
D-64202 Darmstadt
Havelstraße 9, D-64295 Darmstadt
Telefon 0 61 51 / 3 80 - 1 30
Telefax 0 61 51 / 3 80 - 1 31
E-Mail: service@hoppenstedt.de
Internet: www.hoppenstedt-zeitschriften.de

Verlagsrepräsentanten / Mediaberater:

BWK Dr. habil. Bernd Bräuer

Wirtschafts-Kommunikation
Dieskaustraße 222, 04249 Leipzig
Telefon 03 41 / 41 50 50
Telefax 03 41 / 4 15 05 99
Mobilfunk: 01 71 / 3 30 94 44
E-Mail: info@bwk-braeuer.de

Verlagsbüro

Jürgen Fellner

Schmiedeweg 2, 35260 Stadallendorf
Telefon 0 64 28 / 4 46 54 95
Telefax 0 64 28 / 4 46 54 96
Mobilfunk: 01 71 / 2 12 55 16
E-Mail: fellner.hoppenstedt@t-online.de

Michael Kiefer

Lahnstraße 26
55296 Harxheim bei Mainz
Telefon 0 61 38 / 9 76-0 56
Telefax 0 61 38 / 9 76-0 52
Mobilfunk: 01 60 / 94 92 02 39
E-Mail: kiefer@kiefermedia.eu

Armin Schaum

Im Feldchen 24, 60437 Frankfurt
Telefon 0 69 / 95 40 87 75
Telefax 0 69 / 95 40 87 76
Mobilfunk: 01 78 / 66 66 611
E-Mail: verlagsbuero.schaum@t-online.de

Michael Schneider

Belzweg 9, 33739 Bielefeld
Telefon 0 52 06 / 39 27 + 39 95
Telefax 0 52 06 / 39 57
Mobilfunk: 01 71 / 7 67 80 09
E-Mail: verlagsbuero-schneider.gbr@t-online.de

Wolfgang Schönberg

Lerchenweg 10
79848 Bonndorf
Telefon 0 77 03 / 2 59
Telefax 0 77 03 / 15 23
E-Mail: wolfgang.schoenberg@t-online.de

Td media-service UG

Doris Tiepermann

Am Weidenbach 6
82362 Weilheim
Telefon 08 81 / 9 25 70 25
Telefax 08 81 / 9 25 70 28
Mobilfunk: 01 73 / 34 37 218
E-Mail: mail@tdmedia-service.de

Zamzow Beberntz + Partner
PR und Media

Heinz-Jürgen Zamzow

Germanenstraße 30, 13156 Berlin
Telefon 0 30 / 91 61 16 71
Telefax 0 30 / 91 61 16 73
Mobilfunk: 01 71 / 4 55 70 43
E-Mail: zamzow@zbp-berlin.de

Verlagsbüro

Friedrich Zenk

Kösliner Str. 11
51503 Rösrath
Telefon 0 22 05 / 8 74 11
Telefax 0 22 05 / 91 04 65
Mobilfunk: 01 71 / 4 40 15 13
E-Mail: info@verlagsbuero-zenk.de

Schweiz:

Hoppenstedt Publishing GmbH
Verlagsvertretung Schweiz

Michael Rebsamen

Gurtenweg 2, Postfach 151
CH-3084 Wabern
Telefon 0041-31/348 00 05
Telefax 0041-31/348 00 07
Mobilfunk: 0041-76/399 0897
E-Mail: rebsamen.hoppenstedt@bluewin.ch

Österreich:

Compass Verlag GmbH

Tamara Epp

Matznergasse 17, A-1140 Wien
Telefon 0043-1/5 12 53 47,
Fax 0043-1/8 76 37 00-1 08
E-Mail: tamara.epp@compass.at

- *engine* ist ein Magazin für Ingenieure, Techniker und Studenten, die Englisch in ihrem Berufsalltag nutzen und ihre Sprachkenntnisse auffrischen oder auf dem Laufenden halten möchten.
- *engine* bietet aktuelle Berichte in englischer Sprache aus allen Bereichen des Maschinenbaus und der Elektrotechnik sowie IT und Bauingenieurwesen. Fachbegriffe, selten gebrauchte Worte und Redewendungen sind im Text markiert und werden am Ende des Artikels übersetzt.
- Ergänzt wird das Informationsangebot durch Kurzberichte in englischer und deutscher Sprache, einem wissenschaftlichen Sprachlernteil und einem Serviceteil zu Geschäftsreisen, die Arbeit im Ausland und den Umgang mit ausländischen Geschäftskunden.
- Darüber hinaus gibt ein Technikteil Hilfestellungen für die tägliche Arbeit. Die Berichte und deren Präsentation sollen unterhalten, damit das Lernen leichter fällt.
- **Auflage:** 10.000 Exemplare
- **Bezugspreise:**
 - Jahresabonnement** € 32,00 inkl. Versandkosten
 - Studentenabonnement € 20,00 inkl. Versandkosten
 - Einzelheft € 8,70 inkl. Versandkosten

Einzelverkauf an allen Bahnhofs- und Flughafenkiosken sowie ausgewählten Verkaufsstellen in Ballungsgebieten

- Der *engine*-Internetauftritt unter www.engine-magazin.de unterstützt den Leser bei seiner Arbeit mit dem Heft. Hier findet er Hilfestellungen und weiterführende Links zu Sprache und Technik, zusätzliche Artikel mit Vokabelhilfe und Audiodateien zu ausgewählten Beiträgen.
- Zum Training des Hörverständnisses bietet *engine* Beiträge zur Technikgeschichte und Artikel aus dem aktuellen Heft als Audiodatei. Die von Muttersprachlern vertonten Beiträge liegen im weit verbreiteten MP3-Format vor und können unter www.engine-magazin.de kostenlos herunter geladen werden.
- Schwierig auszusprechende Vokabeln werden im Heft zusätzlich in einer besonders leicht lesbaren Lautschrift wiedergegeben. Die auf lateinischen Buchstaben beruhende Schrift ermöglicht eine sofortige Aussprachekontrolle ohne Vorkenntnisse des phonetischen Alphabets.
- **Deutsche Fachpresse wählt engine zum Fachmedium des Jahres 2010**
Im Rahmen des Kongresses der Deutschen Fachpresse in Wiesbaden erhielt die Fachzeitschrift *engine* den Sonderpreis der Jury bei den Auszeichnungen der Fachzeitschriften des Jahres.



- *News & Trends:* Englischsprachige Kurzinfos über neue Technologien und Produkte. Vorstellung von Kursen, Sprachlernmitteln und Buchrezensionen auf deutsch.
- *Reportagen:* Englische Artikel von allgemeinem technischen Interesse. Zur Leseerleichterung sind Fachbegriffe und schwierige Wörter markiert und werden am Ende des Textes übersetzt. Beiträge über neue Techniken und Verfahren, Darstellungen von Großprojekten und Zukunftsausblicke sollen den Leser zur Beschäftigung mit der englischen Sprache animieren.
- *Sprache:* Vokabel- und Grammatikübungen, englischsprachige Lebenshilfe für die verschiedensten Geschäftssituationen, Englisch für Fortgeschrittene.
- *Interkulturelles:* Deutschsprachige Informationen zur Arbeit im Ausland und mit ausländischen Kunden, Landesfeature mit Informationen zur Wirtschaftssituation, Zoll- und Visa-Bestimmungen, kulturellen Besonderheiten, Erfahrungsberichte.
- *Technik:* Fachwörterbuch, Bildwörterbuch und Basiswissen in englischer Sprache für wechselnde Fachgebiete und Branchen.
- *Aktuell in jedem Heft:* Ein Interview und vier Reportagen zu Themen aus Technik und Wissenschaft sowie ein Beitrag zur Technikgeschichte.

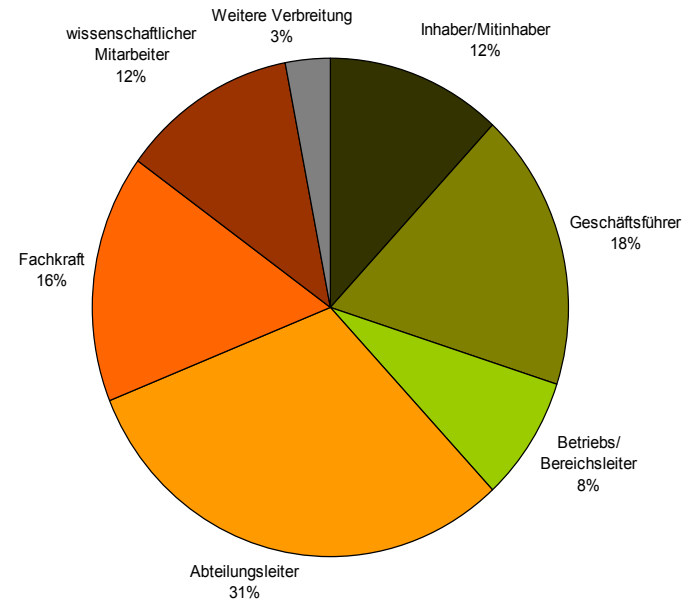
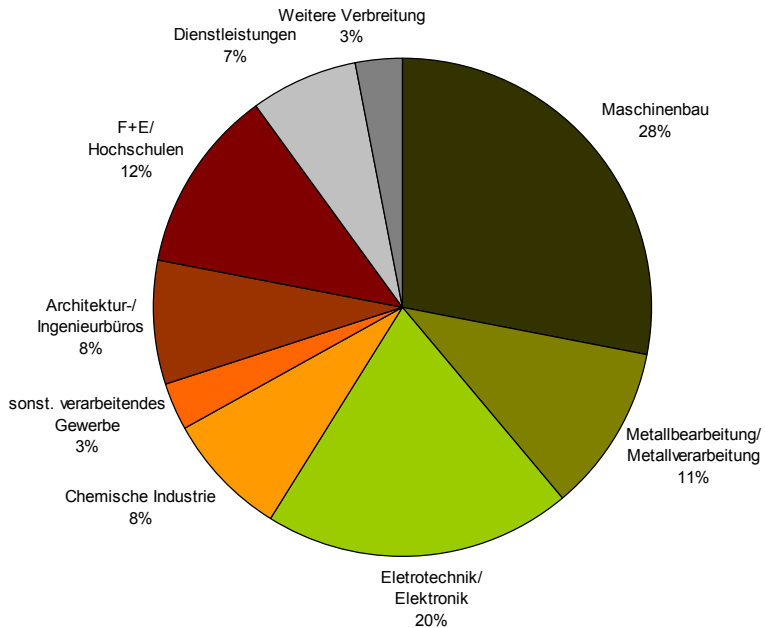
Aktuell in jedem Heft: fünf Reportagen aus Technik und Wissenschaft, Kurzberichte, ein Interview und zwei Beiträge zur Technikgeschichte

Rubrik	engine 01/2012	engine 02/2012	engine 03/2012	engine 04/2012
Basics	Hydraulik	Statistik	Federn	Energietechnik
Pictorial	Flugzeuge Teil 2	Baumaschinen	Arbeitssicherheit	Bergbau
Technical Dictionary	Schweißtechnik	Gießen	Montagetechnik	Klebstoffe
Business Partner	Irland	Russland	Indien	Kanada
Kultursprung	Brasilien	Spanien	Großbritannien	Korea
Cross Culture Check				
Thema	Selbständigkeit	Körpersprache	Rückkehr von Expats	Stress und Burnout
Business	Networking for Companies	Customer Care	Job Applications	Intellectual Property
Grammar Review	Punctuation	Narrative Tenses	Indirect Speech	Future
Advanced Learners	Money Talk	Inversion	Academic Papers	Describing Business Structures
On the Move	Customer Complaint	Office Trip	Re-Structuring the Factory	A Colleague Retires
Vocabulary	Collocations			
Phrases				
False Friends				
Crossword				
Erscheinungstermin	15. 3. 2012	14. 6. 2012	13. 9. 2012	13. 12. 2012
Anzeigenschluss	23. 2. 2012	24. 5. 2012	23. 8. 2012	22. 11. 2012

Änderungen und Ergänzungen vorbehalten!

- *engine* richtet sich an Ingenieure, Techniker und Studenten, die ihre Englischkenntnisse aktualisieren und verbessern möchten.
- Diese benötigen in ihrem beruflichen Alltag gute Englischkenntnisse für Geschäftsreisen, Kontakte zu Kunden und Lieferanten oder für das Verstehen technischer Informationen und Fachliteratur.
- Aufgrund der beruflichen Aufgabengebiete – *engine*-Leser sind sowohl in der Geschäftsleitung, als auch in den Bereichen Technik und Produktion beschäftigt – werden insbesondere spezielle Englischkenntnisse aus den Bereichen Technik benötigt.
- Wer gute Englischkenntnisse im Beruf benötigt, muss seine Sprachkenntnisse up to date halten. Bestens dazu geeignet sind englischsprachige Zeitschriften, die mit ihrem aktuellen Inhalt das einmal Erlernte aktivieren und zeigen, welche Veränderungen und Tendenzen es in der Sprache gibt.
- *engine*-Leser sind:
 - engagiert
 - bereit sich weiterzubilden
 - beruflich viel unterwegs
 - vielseitig interessiert
 - kommunikativ
 - aufgeschlossen
 - technikbegeistert
 - cosmopolitisch
 - mobil
 - neugierig

Ergänzend zu den Abonnenten wird *engine* an uns namentlich bekannte Personen*) – die zu 95 % Ingenieure sind – in den folgenden Branchen und Positionen geliefert:



*) Datenquelle: Hoppenstedt Fachzeitschriften Adresspool und Hoppenstedt Firmendatenbank

Auflage: 10.000 Exemplare
Zeitschriftenformat: 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4

Satzspiegel: 180 mm breit, 252 mm hoch
2-spaltig je 88 × 252 mm
3-spaltig je 56 × 252 mm
4-spaltig je 42 × 252 mm

Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Rollen-Offsetdruck, Rückendrahtheftung.
Übernahme digitaler Anzeigen: druckfähige geschlossene
PDF-Dateien, 300 dpi, Datenübertragung per Mail:
druckunterlagen@hoppenstedt.de

Termine:

Erscheinungsweise: vierteljährlich, 4 Ausgaben
Erscheinungstermin: siehe Themenplan
Anzeigenschluss: jeweils 3 Wochen vor Erscheinen

Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz
hinzuzurechnen.

Verlag: Hoppenstedt Publishing GmbH
Havelstraße 9, 64295 Darmstadt
Postfach 10 02 27, 64202 Darmstadt

Internet: www.engine-magazin.de

Anzeigenabteilung: Heike Heckmann
Telefon 0 61 51 / 3 80-3 10
Telefax 0 61 51 / 3 80-9 93 10
E-Mail heckmann@hoppenstedt.de

Manuela Pappenberg
Telefon 0 61 51 / 3 80-2 23
Telefax 0 61 51 / 3 80-9 92 23
E-Mail pappenberg@hoppenstedt.de

Zahlungsbedingungen:

Netto Kasse 10 Tage nach Rechnungslegung,
2 % Skonto bei Bankeinzug

Bankverbindungen:

Danske Bank, Hamburg (BLZ 203 205 00)
Konto-Nr. 49 89 40 23 90
IBAN: DE 42 2032 0500 4989 4023 90,
SWIFT-BIC: DABADEHH

Postbank Schweiz, Konto-Nr. 91-45 91 75-2 EUR
IBAN: CH 03 090 0000 0914 5917 52,
SWIFT-BIC: POFICHBE

Format	Breite × Höhe mm	Grundpreis s/w €	2-farbig €	3-farbig €	4-farbig €
² / ₁ Seite	390 × 252	4.960,—	5.380,—	5.800,—	6.220,—
¹ / ₁ Seite	180 × 252	2.480,—	2.900,—	3.320,—	3.740,—
² / ₃ Seite	118 × 252 hoch 180 × 166 quer	1.660,—	2.080,—	2.500,—	2.920,—
¹ / ₂ Seite	88 × 252 hoch 180 × 124 quer	1.240,—	1.660,—	2.080,—	2.500,—
Juniorpage	135 × 190	1.370,—	1.790,—	2.210,—	2.630,—
¹ / ₃ Seite	56 × 252 hoch 180 × 80 quer	830,—	1.250,—	1.670,—	2.090,—
¹ / ₄ Seite	88 × 124 hoch 180 × 60 quer	620,—	1.040,—	1.460,—	1.880,—
¹ / ₆ Seite	56 × 124 hoch 88 × 80 quer	420,—	700,—	980,—	1.260,—
¹ / ₈ Seite	88 × 60 hoch 180 × 29 quer	320,—	600,—	880,—	1.160,—

Farbzuschläge: (nicht rabattierbar)

Je Normalfarbe (Euro-Skala)

Zuschlag 4-farbig

Rubrikanzeigen:

Preis pro Spalte und Höhenmillimeter

Breite 1-spaltig:

Breite 2-spaltig:

Breite 3-spaltig:

Breite 4-spaltig:

Berechnungsbeispiele:

3-spaltige Anzeige, 30 mm hoch; 3 × 30 × 1,90

4-spaltige Anzeige, 22 mm hoch; 4 × 22 × 1,90

Farbzuschläge für Rubrikanzeigen: (nicht rabattierbar)

Je Normalfarbe (Euro-Skala)

²/₁–¹/₄

€ 420,—

€ 1.260,—

¹/₆–¹/₈

€ 280,—

€ 840,—

€ 1,90

42 mm

88 mm

134 mm

180 mm

€ 171,—

€ 167,20

€ 110,—

Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel

ab 2mal = 5 %

ab 4mal = 10 %

Mengenstaffel

ab 2 Seiten = 5 %

ab 4 Seiten = 10 %

Technische Kosten werden nicht rabattiert.

Beilagen:

lose eingelegt, maximale Größe 210 × 297 mm

Preise bis 25 g Gesamtgewicht

jede weitere 10 g

Benötigte Liefermenge

‰ € 285,—

‰ € 35,—

10.100 Exemplare

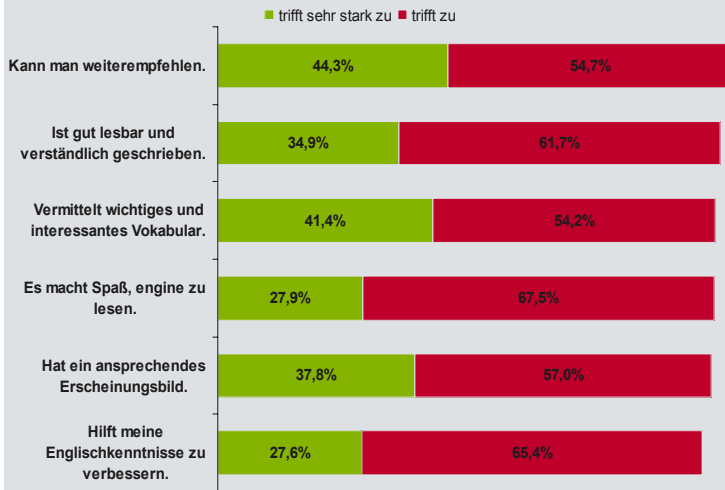
Ansprechpartner, Titelprofil

Themen, Themenplan

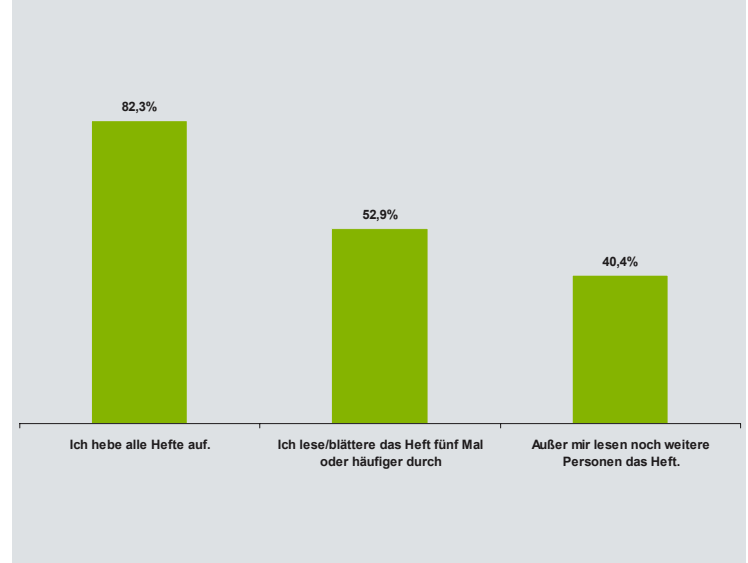
Zielgruppe, Empfängerstruktur

Preisliste

engine wird von Abonnenten positiv beurteilt



engine wird von Abonnenten aufgehoben und weitergegeben



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften sowie Onlinewerbung

§1 Begriffsbestimmungen

- (1) „Werbeauftrag“ im Sinn dieser Geschäftsbedingungen ist jeder Vertrag zwischen der Hoppenstedt Publishing GmbH („Verlag“) und einem Inserenten oder sonstigen Werbeteilnehmenden („Auftraggeber“) zur Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in einer Zeitschrift des Verlags oder von ihm betreuten Onlinemedium zum Zweck der Verbreitung.
- (2) Ein „Werbemittel“ kann aus einem oder mehreren Bild- und/oder Textelementen bestehen, bei Onlinewerbung zusätzlich aus Ton- und Bildfolgen sowie aus Links und vergleichbaren sensiblen Flächen, die bei Anklicken mittels einer vom Auftraggeber genannten Internetadresse die Verbindung zu weiteren Daten herstellen, die im Bereich des Auftraggebers liegen. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden vom Verlag als solche deutlich kenntlich gemacht.

§2 Vertragsschluss

- (1) Der Verlag führt Werbeaufträge ausschließlich zu diesen Geschäftsbedingungen aus. Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, die mit diesen Bedingungen nicht übereinstimmen, finden keine Anwendung. Gegenbestellungen des Auftraggebers unter Hinweis auf eigene Geschäfts- oder Einkaufsbedingungen wird hiermit widersprochen.
- (2) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag mit der Auftragsbestätigung des Verlags zustande, die schriftlich oder per E-Mail erfolgt. Unterbleibt die Auftragsbestätigung, gilt die Veröffentlichung des Werbemittels als Bestätigung des Auftrags. Beilagenaufträge sind für den Verlag in jedem Fall erst nach Vorlage eines Masters und dessen Billigung bindend.
- (3) Der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abonnements – abzulehnen oder zu sperren, wenn:
 1. der Verlag zu dem Auffassung gelangt, dass der Inhalt des Werbemittels gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt,
 2. die Veröffentlichung in der Verlag wegen Inhalt, Gestaltung, Herkunft oder technischer Form unzumutbar ist oder
 3. das Werbemittel Werbung Dritter enthält; entsprechendes gilt für Beilagen, die durch Form oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder anderzweigen enthalten.

Ansprüche gegen den Verlag, insbesondere Schadensersatzansprüche, stehen dem Auftraggeber in diesen Fällen nicht zu. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

§3 Abwicklungsfrist

Ist dem Auftraggeber das Recht zum Abruf des Werbemittels zu einem Erscheinungstermin seiner Wahl eingeräumt, so hat er die Schaltung so abzurufen, die Veröffentlichung spätestens innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss erfolgt. Hat der Auftraggeber das Recht zum Abruf mehrerer Werbemittel, sind alle weiteren Schaltungen innerhalb eines Jahres seit Erscheinen des ersten Werbemittels abzuwickeln. Nach Ablauf der vorgenannten Fristen entfällt die Verpflichtung des Verlags zur Veröffentlichung.

§4 Abnahmegröße, Größe, Platzierung

- (1) Bei der Errechnung der Abnahmegrößen werden Text-Millimeterzellen dem Preis entsprechend in Rechnung zu setzen ist.
- (2) Sind keine besonderen Größenwünsche vereinbart, so wird die nach Art des Werbemittels übliche, tatsächliche Abdruck- beziehungsweise Wiedergabehöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
- (3) Werbemittel werden auf den vereinbarten Werbepätzen, andernfalls nach billigem Ermessen des Verlags platziert. Bei der inhaltlichen Gestaltung des Umfelds des Werbemittels ist Verlag frei, es sei denn, mit dem Auftraggeber ist ausdrücklich etwas anderes schriftlich vereinbart worden. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

§5 Mitwirkungspflichten des Auftraggebers, Rechtsgewährleistung

- (1) Für die rechtzeitige, vollständige, ordnungsgemäße und dem Format sowie allen sonstigen technischen Vorgaben des Verlags entsprechende Bereitstellung der Werbemittel beziehungsweise der entsprechenden Vorlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei elektronischer Übermittlung hat er außerdem sicherzustellen, dass alle von ihm übermittelten Dateien frei von Gefahren wie Computerviren und ähnlichem sind. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass der Verlag bei nicht ordnungsgemäßer oder verspäteter Anlieferung ebenso wie bei nachträglichen Änderungen keine Gewähr für die ordnungsgemäße Werbeschaltung übernehmen kann.
- (2) Kosten des Verlags für vom Auftraggeber zu vertretende Änderungen an Werbemitteln oder sonstige Abweichungen von ursprünglich vereinbarten Ausführungen trägt der Auftraggeber. Die Weiterverwendung der vom Verlag erbrachten Leistungen durch den Auftraggeber über den zur Erfüllung des jeweiligen Werbeauftrags notwendigen Zweck hinaus bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlags. Dies gilt in besonderer Weise

für vom Verlag erbrachte schöpferische Leistungen wie die Erstellung von Abbildungen oder Grafiken und Bildbearbeitungen.

- (3) Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass über von ihm beauftragte Onlinewerbemittel nicht auf Daten oder Internetseiten zugegriffen werden kann, die gegen die Gesetze oder Rechte Dritter verstoßen oder anstößige, insbesondere rassistische, pornografische, gewaltverherrlichende, beleidigende oder obszöne Inhalte aufweisen. § 2 Abs. 3 gilt entsprechend.
- (4) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Veröffentlichung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt und ihr keine Rechte Dritter, insbesondere gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte und Persönlichkeitsrechte, entgegensteht. Er stellt den Verlag im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung solcher Rechte oder Bestimmungen geltend gemacht werden.
- (5) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Onlinemedien aller Art erforderlicher urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf. Die Rechte werden örtlich unbegrenzt, zeitlich und inhaltlich dagegen beschränkt auf den für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang übertragen.

§6 Zahlungsbedingungen

- (1) Der Auftraggeber ist grundsätzlich vorleistungspflichtig und hat den ihm in Rechnung gestellten Preis vor Veröffentlichung des Werbemittels an den Verlag zu zahlen. Preisangaben sind, soweit nicht anders ausgewiesen, Nettopreise und verstehen sich zusätzlich der gesetzlichen Umsatzsteuer.
- (2) Zahlungen des Auftraggebers sind sofort nach Rechnungserhalt fällig. Bei nicht rechtzeitiger Zahlung wird der Auftraggeber entweder durch Mahnung spätestens aber 30 Tage nach Fälligkeit und Zugang der Rechnung in Verzug. In diesem Fall ist der Verlag zur Zurückhaltung der weiteren Ausführung des laufenden Werbeauftrags bis zur vollständigen Bezahlung berechtigt, ohne dass daraus ein Ersatzanspruch des Auftraggebers entsteht.
- (3) Hat der Auftraggeber wegen eines Auftrags über mehrere Werbemittel einen Nachlass erhalten und wird der Auftrag aus Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, nicht vollständig erfüllt, hat der Auftraggeber dem Verlag den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.
- (4) Der Verlag gewährt keine Rabatte an Unternehmen, die geschäftsmäßig für verschiedene Auftraggeber Werbeaufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu erreichen. Der Auftraggeber erklärt, nicht in dieser Weise zu sein und verpflichtet sich im Fall zu Unrecht erhaltener Nachlässe zur Erstattung derselben.
- (5) Die Aufrechnung des Auftraggebers mit Gegenansprüchen oder die Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts ist nur zulässig, wenn die Gegenforderungen unbeschränkt, rechtskräftig festgestellt oder vom Verlag anerkannt worden sind.

§7 Nachweis der Veröffentlichung, Rücksendung von Werbeunterlagen

- (1) Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbebeleg. Je nach Art und Umfang des Werbeauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten, Ausdrücke oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Stabprobenartige Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- (2) Werbeunterlagen, Druckvorlagen und ähnliches werden nur auf besondere schriftliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, die dem Verlag spätestens endet einen Monat nach Veröffentlichung des Werbemittels zugehen muss. Danach endet die Aufbewahrungspflicht des Verlags.

§8 Besondere Bedingungen für Zeitschriften und Kennzifferanzeigen

Bei Kennzifferanzeigen und ähnlichen Anzeigen mit Kontaktmöglichkeiten wendet der Verlag für die Verwahrung, Speicherung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Briefe in besonderen Versandformen (Einschreibesendungen, Eilbriefe, etc.) auf Kennzifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Briefe, die ein Format von DIN A4 oder ein Gewicht von 50 g überschreiten, werden ohne gesonderte Vereinbarung ebenso wie Bücher-, Katalog-, Waren- und Paketsendungen nicht angenommen und weitergeleitet. Der Verlag behält sich das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Ziffernpostens zu prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

§9 Gewährleistung, Leistungsstörungen

- (1) Der Verlag gewährleistet im Rahmen des üblichen technischen Standards die bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt nicht für unerhebliche Wiedergabefehler. Sie gilt ferner nicht bei Fehlern, die durch technische

Störungen, insbesondere einem Leitungs- oder Systemversagen oder Störungen der Kommunikationsnetze anderer Betreiber hervorgerufen wurden und die der Verlag nicht zu vertreten hat.

- (2) Dem Auftraggeber stehen keine Gewährleistungsansprüche wegen einer ungenügenden Veröffentlichung zu, wenn diese auf nicht offenkundigen Mängeln der Werbungsunterlagen beruht. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber den Verlag nicht rechtzeitig vor der nachschfolgenden Veröffentlichung auf den Fehler hingewiesen hat.
- (3) Der Auftraggeber hat jedes in Auftrag gegebene Werbemittel unverzüglich nach seiner ersten Schaltung zu prüfen und einen eventuellen Mangel umgehend, spätestens jedoch zwei Wochen nach der Schaltung, schriftlich gegenüber dem Verlag anzuzeigen; andernfalls gilt die Ausführung des Auftrags als genehmigt. Im Fall einer vom Verlag zu verantwortenden mangelhaften Veröffentlichung und rechtzeitiger Reklamation des Auftraggebers steht dem Auftraggeber das Recht zur Nachbesserung beziehungsweise Ersatzverpflichtung zu. Schlägt diese Nachbesserung fehl, kann der Auftraggeber nach seiner Wahl in dem Ausmaß, in dem der Verzugsvertrag beeinträchtigt wurde, die Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder die Rückgängigmachung des Vertrags (Wandlung) verlangen.
- (4) Probezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag behält sich vor, die Aufwendungen für den Versand von Probezügen gesondert in Rechnung zu stellen. Korrekturen können nur berücksichtigt werden, wenn sie innerhalb der dafür im Probezug genannten Frist dem Verlag zugehen; § 5 Abs. 1 gilt entsprechend.
- (5) Unterbleibt die Durchführung eines Auftrags wegen höherer Gewalt, Betriebsstörungen, allgemeiner Rohstoffknappheit oder aus anderen Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, kann er die Erfüllung nachholen. Eine Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung lässt den Vergütungsanspruch des Verlags unberührt. Lehnt der Verlag die Nachholung ab oder gelingt die Nachholung aus angemessener und zumutbarer Frist nicht, hat der Auftraggeber Anspruch zur Rückzahlung der von ihm für den ausgefallenen Teil der Leistung entrichteten Vergütung. Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.
- (6) Bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen kann der Auftraggeber im Fall einer Aufgabereduzierung einen Anspruch auf Preisermäßigung geltend machen, wenn die zugesicherte Auflage im Gesamtschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres unterschritten wird. Voraussetzung ist, dass die Aufgabereduzierung
 1. bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 %,
 2. bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 %,
 3. bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 % und
 4. bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 % beträgt und diese Aufgabereduzierung nicht auf außerhalb des Einflussbereichs des Verlags liegende Störungen im Sinn von Abs. 5 zurückzuführen ist. Als zugesicherte Auflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete Auflage des vorausgesetzten Kalenderjahres. Preisermäßigungsansprüche sind ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber von der Reduzierung der Auflage so rechtzeitig informiert hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

§10 Haftung

- (1) Für Schäden des Auftraggebers, gleich welcher Art und aus welchem Rechtsgrund, haftet der Verlag nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit seiner gesetzlichen Vertreter, Angestellten und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung ist der Höhe nach begrenzt auf den bei Vertragsschluss für den Verlag typischerweise vorhersehbarer Schaden.
- (2) Die Haftungsansprüche sind begrenzt auf die Höhe der bei einer Verletzung von Kardinalpflichten, Fehlen zugesicherter Eigenschaften, arglistigem Verhalten sowie in den Fällen zwingender gesetzlicher Haftung, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz.

§11 Erfüllungsort, Gerichtsstand, Rechtswahl

- (1) Erfüllungsort ist Darmstadt. Bei Kaufleuten ist Gerichtsstand Darmstadt; darüber hinaus kann der Verlag Klagen gegen den Auftraggeber auch bei dem für seinen Sitz zuständigen Gericht erheben.
- (2) Die Haftungsansprüche zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag gilt ausschließlich deutsches Recht unter Ausschluss des Übereinkommens der Vereinten Nationen über Verträge über den internationalen Warenkauf (CISG). Vertrags- und Korrespondenzsprache ist deutsch.

§12 Vertragsänderungen

Änderungen dieser Vertragsbedingungen bedürfen der Schriftform, ebenso die Aufhebung der Formabrede selbst. Ist oder wird eine Bestimmung dieses Vertrags unwirksam oder undurchführbar, gilt unbeschadet der übrigen Regelungen die Auslegung, die dem Gewollten am Nächsten kommt.

Hoppenstedt

Publishing GmbH

KONZENTRIERTES WISSEN FÜR KONZENTRIERTE KÖPFE

Hoppenstedt Publishing GmbH

Havelstraße 9, 64295 Darmstadt

Telefon 0 61 51 / 3 80 - 1 30

Telefax 0 61 51 / 3 80 - 1 31

E-Mail service@hoppenstedt.de

www.hoppenstedt-zeitschriften.de

www.engine-magazin.de