

PLM-Jahrbuch

Der Leitfaden für den PLM-Markt

PLM WISSEN
UP-TO-DATE

Media-
Informationen 2011



Media-Informationen 2011

Redaktion:

Stefan Graf
Telefon 0 61 51 / 3 80 - 1 74
Telefax 0 61 51 / 3 80 - 99 1 74
E-Mail graf@hoppenstedt.de



Firmendarstellung/ Anzeigen:

Nadine Prieur
Telefon 0 61 51 / 3 80 - 1 75
Telefax 0 61 51 / 3 80 - 99 1 75
E-Mail prieur@hoppenstedt.de



Druckunterlagen:

Michael Corban
Telefon 0 61 51 / 3 80 - 1 73
Telefax 0 61 51 / 3 80 - 99 1 73
E-Mail corban@hoppenstedt.de



Bettina Zarembo
Telefon 0 61 51 / 3 80 - 3 63
Telefax 0 61 51 / 3 80 - 99 3 63
E-Mail b-zarembo@hoppenstedt.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

PLM-Jahrbuch 2012



Das „PLM-Jahrbuch“ ist das Nachschlagewerk für alle Themen rund um das Product Lifecycle Management (PLM) – und neu jetzt auch zu angrenzenden Feldern des Enterprise Resource Plannings (ERP).

Um das Marktgeschehen noch präziser abzubilden, bündeln CAD-CAM-Report, eDM-Report und RAAD Research unter dem Dach von Hoppenstedt ihre Kräfte. RAAD Research gehört seit Ende 2009 zum Schwesterunternehmen Hoppenstedt Firmeninformationen und ist Marktforscher und Analyst im B2B-Markt für Standardsoftware, IT-Systeme und -Dienstleistungen.

Wer sich schnell einen Überblick über das Thema und den Markt verschaffen will, wird hier fündig. Jahr für Jahr liefert das Buch Daten zum Marktgeschehen sowie Übersichten zu Anbietern und Systemen.

Teil I:	Marktstudie
	<ul style="list-style-type: none">Konvergenz von PLM und ERP
Teil II:	Marktangebot
	<ul style="list-style-type: none">CAD-, CAM-, CAE-Systeme und Simulations- und Berechnungs-Software, PDM- beziehungsweise PLM-Lösungen sowie ERP-Systeme für Fertigungsunternehmen
Teil III:	Marktübersichten
	<ul style="list-style-type: none">PDM-SystemeERP-Systeme für FertigungsunternehmenDokumenten/Workflow-Management-SystemeViewing-SoftwareDienstleister im PLM-UmfeldCAD-Systeme MechanikCAD-Systeme ElektrotechnikCAM-SystemeCAE-Systeme (Simulation)WorkstationsGroßformatdruckerLieferantennachweis/Anschriften

ÜBERSICHT

Gute Gründe für Ihre Insertion:

Werben bietet das PLM-Jahrbuch die ideale Plattform für die Präsentation ihres gesamten Produktportfolios mit Langzeitwirkung. Der Leser erhält anhand der Eintragsdaten gezielte Informationen über die einzelnen Leistungen sowie das Gesamtangebot des jeweiligen Unternehmens.

Verstärkt wird dieser Nutzen mit unserer Website www.plm-it-business.de, die die aktuellen Inhalte des Jahrbuchs online verfügbar macht. Auf dieser Plattform werden Print-Ausgabe und Web-Angebot effektiv kombiniert.

- Druckauflage von 12.000 Exemplaren
- seit über 20 Jahren im Markt
- Zielgruppe: Investitionsentscheider, Fach- und Führungskräfte
- Effektive Kombination von Print-Titel und Web-Angebot

PLM-Jahrbuch 2012

Das »PLM-Jahrbuch« besteht aus drei Hauptkapiteln:

I. Marktstudie

Auch in 2011 werden wir wieder mit unserem Kooperationspartner RAAD Research eine Marktstudie durchführen, die exklusiv im PLM-Jahrbuch 2012 veröffentlicht wird. Unsere auf die PLM-Thematik spezialisierten Redakteure erarbeiten zusammen mit den Marktforschern von RAAD Research mehrere hochaktuelle Studienthemen. Im Rahmen einer Studienpartnerschaft können Sie die exklusiven Ergebnisse für Ihr Marketing sowie Vertrieb nutzen. Zudem werden die Studienpartner im Studienteil und im Impressum des PLM-Jahrbuchs mit Logo als Träger der Studie ausgewiesen (nur Prämium-, Gold- und Silberpartner). Folgende Studienthemen sind in Vorbereitung:

- Integrierte Lösungen vs. offene Systeme
- Integration von Lieferanten und Lieferketten

Fordern Sie einfach die Studienprogramme inkl. der Leistungen und Konditionen zu den verschiedenen Studienpartnerschaften bei Frau Nadine Prieur unter prieur@hoppenstedt.de an.

II. Marktangebot

Dieser Teil beschreibt die anbietenden Firmen mit ihrem Angebot an CAD-, CAM-, CAE-Systemen und Simulations- und Berechnungs-Software, PDM- bzw. PLM-Lösungen sowie ERP-Systemen für Fertigungsunternehmen.

Dieses umfassende Kapitel bietet dem Leser die Möglichkeit, sich anhand systematischer Kenndaten der Anbieter und deren Leistungen knapp und verständlich gezielte Informationen zu verschaffen. Hier bietet sich die besondere Gelegenheit, in diesem Kompendium mit Langzeitwirkung Ihr Unternehmen mit dem gesamten Produktangebot zu präsentieren.

III. Marktübersichten

Die tabellarischen Marktübersichten liefern einen Überblick zu PDM-Systemen, Dokumenten/Workflow-Management-Systemen, ERP-Systemen für Fertigungsunternehmen, Viewing-Software, Dienstleistern im PLM-Umfeld, CAD-Systemen (Mechanik und Elektrotechnik), CAM-Systemen, CAE-Systemen (Simulation), Workstations und Großformatdruckern.

- 1 Druckauflage:** 12.000 Exemplare
- 2 Buchformat:** 210 mm breit, 200 mm hoch
Satzspiegel: 175 mm breit, 170 mm hoch
- 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**
Rollen-Offsetdruck, Klebebindung. Übernahme digitaler Anzeigen:
druckfähige geschlossene PDF-Dateien, 300 dpi, Datenübertragung
per E-Mail an: druckunterlagen@hoppenstedt.de
- 4 Termine:**
- Erscheinungstermin:** 25. Oktober 2011
Anzeigenschluss: 12. September 2011
- 5 Verlag:** **Hoppenstedt Publishing GmbH**
Havelstraße 9, D-64295 Darmstadt
Telefon: (0 61 51) 3 80-1 30
Telefax: (0 61 51) 3 80-1 31
Internet: <http://www.hoppenstedt-zeitschriften.de>
- 6 Zahlungsbedingungen:**
Netto Kasse 14 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
IBAN: CH 03 090 0000 0914 5917 52, SWIFT-BIC: POFICHBE

- 7 Preise:**
- 7.1 Firmendarstellung:** 1. Seite (Textseite), 4-farbig, € 4.490,-
Unternehmensdaten,
Produkt- und Service-Angebot
2. Seite (Textseite), 4-farbig, € 4.105,-
Produkt- und Service-Angebot
3. und jede weitere Seite (Textseite), € 3.720,-
4-farbig
- 7.2 Anzeigen:** $\frac{1}{4}$ Seite, 4-farbig € 3.850,-
- 7.3 Sonderpreis:** für eine Kombination € 6.900,-
(1 × Text- und 1 × Anzeigenseite)
4-farbig
- 7.4 Anzeigen im Textteil:** $\frac{2}{3}$ Seite, 4-farbig € 2.570,-
 $\frac{1}{3}$ Seite, 4-farbig € 1.290,-
- 8 Zuschläge:**
- Formate:**
Anzeigen über Satzspiegel, angeschnittene Anzeigen: ohne Zuschlag

Zwei Wege zur Erstellung Ihres Manuskriptes der Unternehmens- und Angebotsangaben

I. Sie waren bereits mit einem Firmeneintrag in einer der zurückliegenden Ausgaben vertreten:

Falls sich keine umfassenden Änderungen ergeben haben, genügt es, die Korrekturen in eine Kopie Ihrer Firmendarstellung einzutragen und an den Verlag zurückzusenden.

II. Sie erstellen Ihren Firmeneintrag neu:

Dann senden Sie uns bitte Ihren **Text als Word-Datei** und Ihr **Bildmaterial als EPS oder TIFF-Datei** per Mail an druckunterlagen@hoppenstedt.de

Beachten Sie bitte die Anzahl der maximal zulässigen Zeichen:

- bei den Unternehmensangaben: max. 40 Zeichen/Zeile
max. 25 Zeilen (+15 Zeilen)
- bei den Angebotsangaben: max. 30 Zeichen/Zeile
max. 50 Zeilen/Spalte.

III. Anzeigenformate:

Format	Satzspiegel (mm)	inkl. Beschnitt (mm)*
1/1 Seite	175 × 170	218 × 208
2/3 Seite	115 × 170	136 × 208
1/3 Seite	55 × 170	76 × 208

*Beschnitt beträgt 4 mm an allen 3 Außenseiten, ebenso der Fräsrand im Bund.

Bitte geben Sie an, unter welcher Rubrik Ihr Firmeneintrag/ Anzeige erscheinen soll.

- CAD/CAM/CAE-Systeme sowie Simulations- und Berechnungs-Software
- PDM- beziehungsweise PLM-Lösungen
- ERP-Lösungen für Fertigungsunternehmen
- Hardware-Plattformen und Peripherie-Geräte
- Beratung, Dienstleistung, Software-Anpassungen

Beachten Sie bitte in jedem Fall die folgenden Musterseiten!

IV. Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

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

Fragen bezüglich Ihrer Druckunterlagen beantwortet Ihnen gerne:

Bettina Zarembo
Telefon 0 61 51 / 3 80 - 3 63
Fax 0 61 51 / 3 80 - 99 363
E-Mail b-zarembo@hoppenstedt.de

Manuskript-Blatt Unternehmensdaten

Für die Darstellung Ihrer Unternehmensdaten sind auf der ersten Seite Ihrer Insertion die ersten beiden Spalten als Doppelspalte vorgesehen. Insgesamt stehen hier 25 Zeilen zu je 40 Zeichen zur Verfügung. Der unterhalb dieser 25 Zeilen verbleibende Raum ist vorgesehen für Abbildungen wie:

- 1) Geschäftsführer etc. (max. 2)
- oder** 2) Produkt
- oder** 3) Firmengebäude
- oder** für 15 weitere Zeilen

Beantworten Sie bitte die folgenden Fragen in der vorgegebenen Reihenfolge. Ergänzungen und Streichungen durch Sie sind möglich.

1. Firmenname
2. Rechtsform
3. Gesellschafter
4. Geschäftssitz
5. Geschäftsführung
6. evtl. Muttergesellschaft
7. evtl. Tochterfirmen
8. Geschäftsstellen
9. Kundendienst

10. Anzahl der Kunden
11. Gründungsjahr (Deutschland)
12. Gründungsjahr (Muttergesellschaft)
13. Jahresumsatz des letzten Geschäftsjahres
14. Pro-Kopf-Umsatz
15. Belegschaft (Anzahl)
16. Zielmärkte (nach Branchen)
17. Tätigkeitsschwerpunkte

Die Punkte 16 und 17 können auch unter der Rubrik »Produkt-/Service-Angebot« erscheinen. Bitte kennzeichnen Sie in diesem Fall die Angaben entsprechend.

Wichtig!

Senden Sie uns bitte Ihr Firmenlogo als EPS- oder TIFF-Datei.

Manuskript-Blatt Produkt-/ Service-Angebot

Im PLM-Jahrbuch stehen für die Darstellung des Produkt-/Service-Angebotes auf der **1. Seite** 2 Spalten mit je 50 Zeilen und 30 Zeichen pro Zeile (insg. **3000 Zeichen**) zur Verfügung. (Die anderen 2 Spalten sind für die Unternehmensdaten reserviert).

Für jede **weitere Seite** stehen volle **4 Spalten** mit je 50 Zeilen und 30 Zeichen (insg. **6000 Zeichen**) zur Verfügung.

Bezugspreis: Abonnementpreis Inland/ Ausland € 39,-
(inkl. Versandkosten + MwSt.)

ISSN: 0932-7924

Jahrgang: 26. Jahrgang 2011

Druckauflage: 12.000

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): 11.873 davon Ausland: 538

Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	91,8	10.900
Ausland	4,5	534
– davon Österreich	1,3	154
– davon Schweiz	2,4	285
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	11.873

Tätigkeitsmerkmal: Stellung im Betrieb:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inhaber/Mithaber	10,2	1.211
Geschäftsführung	23,1	2.743
Abteilungsleitung	42,9	5.093
Gruppenleiter/Meister	14,1	1.674
Sachbearbeiter/Fachkraft	4,3	511
Position nicht bekannt	5,4	641
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	11.873

Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen:

Abteilung/ Gruppe/ Klasse	Empfängergruppen (lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Exemplare
20	Chemische Industrie	3,2	380
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	5,4	641
24	Metallerzeugung und -bearbeitung	5,6	665
25	Herstellung von Metallerzeugnissen (Werkzeug- und Formenbau)	12,2	1.449
28	Maschinenbau	36,4	4.322
29/30	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen/Sonstiger Fahrzeugbau/Schiffbau/Luft- und Raumfahrt	18,2	2.161
26	Herstellung von Büromaschinen/EDV-Geräte	1,8	214
27	Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung	3,9	463
26.5	Medizin-, Mess-, Steuer- und Regeltechnik, Optik	5,4	641
72.1	Forschung und Entwicklung	2,9	344
62/63	IT-Dienstleistungen	2,7	321
85.4	Hochschulen	1,2	142
	Sonstige	1,1	130
Tatsächlich verbreitete Auflage		100,0	11.873

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 Werbenden („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. Gestaltungsänderungen 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 Abschlusses – abzulehnen oder zu sperren, wenn
 1. der Verlag zu der Auffassung gelangt, dass der Inhalt des Werbemittels gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt,
 2. die Veröffentlichung für den 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 Bestandes der Zeitschrift erwecken oder Falschdruck 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 Abwicklungsrüst

Ist dem Auftraggeber das Recht zum Abruf des Werbemittels zu einem Erscheinungstermin seiner Wahl eingeräumt, so hat er die Schaltung so abzurufen, die 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 vorgeannten 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 Anrechnung genommen.
- (2) Sind keine besonderen Größenvorschriften 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, ist 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 erforderlichen 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 des Auftraggebers 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 unbesritten, 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 übersichtliche 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 (Einschreibebriefungen, Eilbriefe, etc.) auf Kennzifferanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge werden vier Wochen aufbewahrt. Zeitschriften, 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 oder weitergeleitet. Der Verlag behält sich das Recht vor, die eingehenden Angebote Ausschalt- oder Ausschalt- und Ziffernbeleg-Zweckes 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 rechtschließenden 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 vertretenden mangelhaften Ausführung 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 Verzugsabweck beeinträchtigt wurde, die Herstellung der Vergütung (Minderung) oder die Rückgängigmachung des Vertrags (Wandlung) verlangen.
- (4) Probezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag behält sich die, 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 in angemessener und zumutbarer Frist nicht, hat der Auftraggeber Anspruch auf 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 Auflagenreduzierung einen Anspruch auf Preisermäßigung geltend machen, wenn die zugesicherte Auflage im Gesamtschnitt mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres unterschritten wird. Voraussetzung ist, dass die Auflagenreduzierung
 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 Aufgabeminderung 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 verordnete Auflage des vorausgehenden 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 der vom Verlag typischerweise vorhersehbarer Schaden.
- (2) Die Haftung umfasst nur Schäden und begrenzt auf Abs. 1 geltend nicht 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 Gerichtsbarkeit 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.plm-jahrbuch.de