

Mediadaten 2025

Print und Online

TÜV Media GmbH

mt|medizintechnik

Organ für: fbmt – Fachverband für Biomedizinische Technik e.V.
Bundesverband der Sachverständigen für Medizinprodukte e.V.
VDI-Gesellschaft Technologies of Life Sciences

Herausgeber

 **TÜVRheinland®**
Genau. Richtig.

TÜV Media GmbH

Am Grauen Stein, 51105 Köln

Telefon: +49 221 806-3517

Telefax: +49 221 806-3510

www.tuev-media.de

tuev-media@de.tuv.com

Geschäftsführung:

Gesa Hinkelmann

Anzeigenverwaltung



Speitkamp Werbe- und
Verlagsgesellschaft

Kaiserstraße 133

52134 Herzogenrath

Telefon: +49 2407 91 62 66

Telefax: +49 2407 5 93 06

tuev@wa-sp.de

**Print Redaktion
Koordination**



Frank Schmitz
redaktion@mt-medizintechnik.de

**Online Redaktion
mt-medizintechnik.de**



Mirjam Bauer
bauer@mt-medizintechnik.de

Print Redaktion inhaltliche Verantwortung



Manfred Kindler
kindler@mt-medizintechnik.de

Herausgeber



TÜVRheinland®

Genau. Richtig.

Zeitschriftenformat

210 mm breit x 297 mm hoch

Satzspiegel

177 mm breit x 226 mm hoch

Umbruch: 3-spaltig/56 mm

Bindung

Rückendrahtheftung

Druckverfahren

Offsetdruck, Euroskala, Direct-to-plate

Druckunterlagen

Nur digitale Daten

Datenübermittlung

E-Mail: schmitz@mt-medizintechnik.de

Bitte geben Sie Publikation, Ausgabennummer und Ihren Kundennamen an.

Datenformate

Idealerweise für den Offsetdruck geeignete, hochaufgelöste PDF-Dateien in CMYK. PDF-Datei bitte in Originalgröße anlegen (ohne Schnittmarken) und keine Farbprofile einbetten.

TIFF- und EPS-Dateien können auch übernommen werden. Daten müssen vollständig sein, d.h. inklusive aller verknüpften Dateien und Schriften bzw. Schriftschnitten oder Schriften in Pfade gewandelt.

Keine JPEG-, RGB-, DSC- oder OPI-Bilder.

Bedingungen

Zur Kontrolle der übermittelten Anzeige wird ein 1:1-Ausdruck benötigt bzw. bei Farbanzeigen eine verbindliche Farbvorlage. Ohne verbindliche Vorlage kann keine Gewähr für eine korrekte Farbdarstellung übernommen werden.

Beilagen

Format: max. 200 x 294 mm, Gewicht: bis 25 g

Beihefter

Anlieferung DIN A3 (B=420 x H=297 mm + 3 mm Anschnitt), ungefalzt, unbeschnitten

Anlieferadresse Beilagen und Beihefter:

Broermann Druck + Medien GmbH

z. Hd. Nico Schlingmann

Urbacher Straße 3

D-53842 Troisdorf-Spich

Kurzcharakteristik

mt medizintechnik informiert über aktuelle Technologien, Produktentwicklungen und Forschungen sowie das wirtschaftliche, regulative und organisatorische Umfeld der Medizintechnik.

Den Schwerpunkt der Zeitschrift bilden redaktionell hochwertige Fachbeiträge zu den Themen Medizinprodukte, Medizinprodukterecht, Krankenhaustechnik, IT und medizinische Software sowie Strahlenschutz und Patientensicherheit.

Die Website mt-medizintechnik.de ist die Online-Ergänzung zur Zeitschrift. Sie berichtet über aktuelle Markt- und Rechtsentwicklungen, informiert über Tagungen, Kongresse, Messen und Seminare sowie Stellenausschreibungen. mt medizintechnik gehört zu den Fachzeitschriften mit den meisten Abonnenten zum Thema Medizintechnik im deutschsprachigen Raum.

Zielgruppe

mt medizintechnik richtet sich an die Entscheider in der medizinisch-technischen Industrie, in medizinischen Einrichtungen sowie in Beratung und Ausbildung.

Hierzu gehören Geschäftsführer in Unternehmen der Medizintechnik-Branche, technische und kaufmännische Angestellte, Vertriebsingenieure,

Terminplan 2025 / Printausgabe

Erscheinungstermin	Schwerpunktthema	Anzeigenschluss/ Druckunterlagenschluss
Heft 1/2025 20.02.2025	MDR - Baustellen und neue Entwicklungen	20.01.2025
Heft 2/2025 24.04.2025	Neue Medizinprodukte	24.03.2025
Heft 3/2025 24.06.2025	Technologiepartnerschaften - wann sind sie sinnvoll?	24.05.2025
Heft 4/2025 21.08.2025	Die Betreiberverordnung - was ist neu?	21.07.2025
Heft 5/2025 23.10.2025	KI in der Medizintechnik nutzen - bei der Herstellung und im Betrieb	23.09.2025
Heft 6/2025 16.12.2025	Pflege und Technik	16.11.2025

Erscheinungsweise

6-mal jährlich

Bezugspreis

Jahresabonnement 80,25 EUR (Brutto), zzgl. Versandkosten (Inland 9,60 EUR; Ausland 18,00 EUR)

Auflage

Druckauflage: ca. 4.000 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage: ca. 3.800 Exemplare
Abbonierte Exemplare: ca. 2.500

Verantwortliche für Qualitätsmanagement sowie Produktentwicklung und -zulassung. In Krankenhäusern und medizinischen und pflegerischen Einrichtungen sind dies Geschäftsführer, Verwaltungen und Personalleitungen, Technische Leiter, Medizintechniker und EDV-Leiter.

Veranstaltungen und Kurzcharakterisierung: Das Umfeld für Ihre Werbeanzeigen

Heft 1/2025	Transform 19.–20. März 2025 Neueste Trends, Technologien und Lösungen zur Digitalisierung DMEA - 08. – 10. April 2025 DMEA – Connecting Digital Health – Europas wichtigste Messe und Kongress für die digitale Gesundheitsversorgung.
Heft 2/2025	HLTH Europe 2025 Amsterdam 16. – 19. Juni 2025 Teilnehmer: Führungskräfte aus dem Gesundheitswesen aus mehr als 50 Ländern zusammenbringen, darunter Top-Entscheidungssträger aus Anbietern, Kostenträgern, Regierungen, Pharmaunternehmen, Start-ups, Investoren und Gesundheitstechnologie.
Heft 3/2025	Hauptstadtkongress HSK 25. – 27. Juni 2025 Der Hauptstadtkongress ist das wohl bedeutendste Kongressereignis am deutschen Healthcare-Markt. Mit annähernd 5.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus allen Branchen des Gesundheitswesens ist der Hauptstadtkongress der zentrale Treffpunkt für die gesamte Entscheiderszene aus Gesundheitspolitik und Gesundheitswirtschaft, aus Medizin und Pflege, aus Wissenschaft und Forschung sowie von Seiten der Kostenträger und Versicherungen.
Heft 4/2025	Fachmesse Krankenhaus Technologie FKT September Die Fachmesse Krankenhaus Technologie liefert den nötigen Überblick, um Gesundheitseinrichtungen optimal zu performen. Teilnehmer Betreiber.
Heft 5/2025	MEDICA 17.–20. November 2025 Die MEDICA ist die größte Veranstaltung für die Medizinbranche weltweit.
Heft 6/2025	BMC-Kongress 28. – 29. Januar 2026 Über 600 Expert:innen aus Versorgung und Wissenschaft, Partner:innen aus der Gesundheitsbranche sowie Entscheidungsträger:innen. ProCare 11. – 12. Februar 2026 Pflegermesse, Auf der Pro Care diskutieren Experten aus allen Bereichen der Pflege und zeigen auf, welche Lösungen die Branche wirklich voranbringen.

Formate	Preise s/w	Preise 4-farbig	Satzspiegel mm B x H	Anschnitt mm B x H*	
1/1	EUR 1.268,-	EUR 1.918,-	177 x 226	210 x 297	
2/3 hoch	EUR 960,-	EUR 1.643,-	116 x 226	136 x 297	
1/2 quer	EUR 717,-	EUR 1.379,-	177 x 120	210 x 145	
1/3 hoch 1/3 quer	EUR 529,- EUR 529,-	EUR 1.208,- EUR 1.208,-	56 x 226 177 x 75	76 x 297 210 x 100	
2/6 hoch 1/4 quer	EUR 529,- EUR 431,-	EUR 1.208,- EUR 1.092,-	116 x 112 177 x 50	- 210 x 73	
1/6 hoch	EUR 298,-	EUR 970,-	56 x 112	-	
1/8 quer	EUR 276,-	EUR 948,-	177 x 27	210 x 52	

Vorzugsplatzierungen

2. und 3. Umschlagseite EUR 1.632,- (s/w),
EUR 2.293,- (4-farbig);
4. Umschlagseite EUR 1.889,- (s/w),
EUR 2.551,- (4-farbig)

Rabatte Malstaffel:

ab 3 Anzeigen 4 %
ab 4 Anzeigen 5 %
ab 6 Anzeigen 7 %
ab 10 Anzeigen 13 %

Rabatte Mengstaffel:

ab 3 Seiten 10 %
ab 4 Seiten 12 %
ab 6 Seiten 15 %
ab 10 Seiten 20 %

Beilagen

EUR 982,- für die gesamte Auflage,
nicht rabattierbar

Beihefter

auf Anfrage

Spezielle Werbeformen

Firmenpräsentation, Marketplace auf
Anfrage

Advertorial-Anzeigen

Angebot	Preise s/w	Preise 4-farbig
1/1 Seite	EUR 1.268,-	EUR 1.918,-
2/1 Seite	EUR 2.536,-	EUR 3.837,-

Abzüglich 30% Rabatt bei Anlieferung fertiger Druckdaten.

In den Preisen sind das Layout, der Satz, die Korrekturbzüge und die Abstimmungsarbeiten sowie die Herstellung der Druckunterlage enthalten. Selbstverständlich binden wir auch mitgelieferte Fotos ein.



Bannerwerbung auf Startseite mt-medizintechnik.de

Bannerwerbung	Bannerformate	Preis pro Monat
1 Leaderboard (Platzierung im Header)	728x90 Pixel	EUR 375,-
2 Square (seitliche Platzierung)	324x324 Pixel	EUR 419,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Weitere Größen auf Anfrage

Dateiformate
GIF, JPG

Lieferadresse

Bitte senden Sie Dateien per Mail an schmitz@mt-medizintechnik.de und geben Sie den Kundennamen und den Termin des Kampagnenbeginns an.

Lieferfrist

4 Tage vor Kampagnenbeginn.



Stellenanzeigen

Angebot	Leistung	Preis pro Woche
Stellenanzeigen unter Markt/ Stellenmarkt	Textanzeige mit Firmenlogo	EUR 309,-

Kombiangebote in Verbindung mit Bannerwerbung, Newsletterwerbung oder Printwerbung auf Anfrage. Alle Preise zzgl. MwSt.

Newsletter-Anzeigen (ca. 2.200 Abonnenten)

Angebot	Leistung	Preis pro Newsletter
E-Mail-Newsletter Anzeige	Anzeige im alle 14 Tage erscheinenden Newsletter	EUR 431,-

Termine Versand Newsletter:

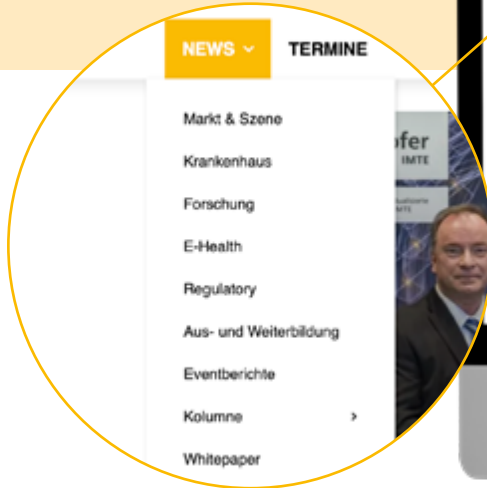
Do, 02.01.25 – KW 1	Do, 10.04.25 – KW 15	Do, 17.07.25 – KW 29	Do, 23.10.25 – KW 43
Do, 16.01.25 – KW 3	Do, 24.04.25 – KW 17	Do, 31.07.25 – KW 31	Do, 06.11.25 – KW 45
Do, 30.01.25 – KW 5	Do, 08.05.25 – KW 19	Do, 14.08.25 – KW 33	Do, 20.11.25 – KW 47
Do, 13.02.25 – KW 7	Do, 22.05.25 – KW 21	Do, 28.08.25 – KW 35	Do, 04.12.25 – KW 49
Do, 27.02.25 – KW 9	Do, 05.06.25 – KW 23	Do, 11.09.25 – KW 37	Do, 18.12.25 – KW 51
Do, 13.03.25 – KW 11	Mi, 18.06.25 – KW 25	Do, 25.09.25 – KW 39	
Do, 27.03.25 – KW 13	Do, 03.07.25 – KW 27	Do, 09.10.25 – KW 41	



Ihre News auf unserer Webseite mt-medizintechnik.de

Unter dem Menüpunkt „News“ können Sie ab sofort Ihre News (Pressemeldungen oder Firmenmeldungen etc.) veröffentlichen.

Laufzeit:	2 Monate
Pauschalpreis:	EUR 600,-



Alle Preise zzgl. MwSt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Ausführung von Anzeigenaufträgen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannten Anzeigenmengen hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag unter Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hatte, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Anzeigen, die zum Beispiel aufgrund einer redaktionellen Aufmachung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden vom Verlag, etwa durch Hinzufügung des Wortes „Anzeige“, deutlich als Anzeigen kenntlich gemacht.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wann der Auftrag auf diese Weise auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Nachlässe gemäß Anzeigenpreisliste werden nur für innerhalb eines Jahres erscheinende Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist für Nachlassaufträge beginnt mit dem Erscheinen der ersten nachlassberechtigten Anzeige.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhaltes, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern

aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz. Der Verlag gewährleistet für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Herabsetzung der Vergütung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Herabsetzung der Vergütung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind ausgeschlossen. Wird dem Verlag nach Vertragsschluss die Leistung unmöglich oder kommt er mit ihr in Verzug, so beschränkt sich der Schadenersatzanspruch auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

Soweit keine Kardinalpflichten verletzt worden sind, haftet der Verlag im kaufmännischen Geschäftsverkehr auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden beschränkt.

Reklamationen müssen, außer bei nicht offensichtlichen Mängeln, innerhalb von 4 Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Ziffer 10 Absätze 1 - 3 gelten auch für den Fall der telefonischen Auftragserteilung.

11. 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 innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche, Abdruckhöhe der Berechnung zugrundegelegt.

13. Wenn der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung übersandt.

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie 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 dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Ist zu erwarten, daß der Auftraggeber aufgrund der berechtigten Zweifel an seiner Zahlungsfähigkeit zukünftige Anzeigenrechnungen nicht bezahlen wird, so kann das Erscheinen weiterer Anzeigen auch von der Vorauszahlung des Betrages abhängig gemacht werden.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung 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.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

19. Erfüllungsort ist Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechtes oder bei öffentlich rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt auch bei Nichtkaufleuten im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

20. Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder sonstige technische Sonderausführungen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages:

A. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

B. Bei Preisanpassungen treten die neuen Tarife auch für laufende Aufträge mit sofortiger Wirkung in Kraft. Dies gilt gegenüber Nichtkaufleuten bei Aufträgen, die innerhalb von 4 Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

C. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Auftraggeber stellt den Verlag von Ansprüchen Dritter frei, die diesen aus der Durchführung des Auftrages, auch wenn er storniert werden sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge oder Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen dem Auftraggeber etwaige Ansprüche daraus nur im Rahmen der vorstehend abgedruckten Ziffer 10 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Ausführung von Onlinewerbung

1. Werbeauftrag

(1) „Werbenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste der TÜV Media GmbH, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: – aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner), – aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Angebots durch die TÜV Media GmbH zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen das Angebot für ihren Kunden bestätigen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die TÜV Media GmbH ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

5. Auftragsverweiterung

Sollen innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus wei-

tere Werbemittel abgerufen werden, bedarf das der schriftlichen Form. Der Verlag ist nicht verpflichtet, dem Wunsch nachzukommen.

6. Nachlasserrstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die die TÜV Media GmbH nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass der TÜV Media GmbH zu erstatten.

7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlags entsprechende Werbemittel 3 Werktage vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

(2) Die Pflicht der TÜV Media GmbH zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung. (3) Kosten der TÜV Media GmbH für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Ablehnungsbefugnis

(1) Die TÜV Media GmbH behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder – deren Veröffentlichung für die TÜV Media GmbH wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann die TÜV Media GmbH ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

9. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt die TÜV Media GmbH im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird die TÜV Media GmbH von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die TÜV Media GmbH nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt der TÜV Media GmbH sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

10. Gewährleistung der TÜV Media GmbH

(1) Die TÜV Media GmbH gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser),
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber,
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens,
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern).

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die die TÜV Media GmbH nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch der TÜV Media GmbH bestehen.

12. Haftung

(1) Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht, soweit zwingend gehaftet wird, z. B. in Fällen des Vorsatzes, der groben Fahrlässigkeit, für Körperschäden, wegen der Übernahme einer Garantie für das Vorhandensein einer Eigenschaft oder der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten: Der Schadensersatz für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist jedoch auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden begrenzt, soweit nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorliegt oder wegen der Übernahme einer Garantie für das Vorhandensein einer Eigenschaft gehaftet wird.

(2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Die gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

13. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Für von der TÜV Media GmbH bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings

nur wirksam, wenn sie von der TÜV Media GmbH mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten der TÜV Media GmbH zu halten. Agenturprovisionen werden nur dann von der TÜV Media GmbH geleistet, wenn eine aktive Vermittlung des Werbeproduzenten an den Verlag erfolgte und eine entsprechende werbliche Beratung nachweisbar ist. Es gelten die Konditionen der aktuellen Preisliste.

14. Zahlung und Zahlungsverzug

Im Falle des Verzugs des Vertragspartners kann die TÜV Media GmbH für jede Mahnung nach Verzugsseintritt eine Bearbeitungsgebühr von €10,00 erheben. Dem Vertragspartner bleibt bezüglich der Bearbeitungsgebühr der Nachweis unbenommen, ein Schaden sei nicht entstanden oder wesentlich niedriger.

15. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen sind möglich bis zwei Wochen vor Kampagnenstart und müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

16. Datenschutz

Personenbezogene Daten des Auftraggebers werden bei der TÜV Media GmbH zur Erfüllung eigener Geschäfts- und Werbezwecke der TÜV Media GmbH mittels Datenverarbeitung gespeichert. Der Nutzung der Daten zum Zwecke der Werbung oder der Markt- und Meinungsforschung kann der Auftraggeber jederzeit widersprechen.

17. Geltendes Recht und Gerichtsstand

(1) Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Bestimmungen des UN-Kaufrechts finden keine Anwendung.

(2) Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Köln.

(3) Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrags einschließlich Regelungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Eine hierdurch entstehende Lücke ist so auszufüllen, wie die Vertragsparteien es getan hätten, vorausgesetzt, sie hätten die Unwirksamkeit der betreffenden Bestimmung gekannt.

Anzeigenverwaltung



Speitkamp Werbe- und
Verlagsgesellschaft
Kaiserstraße 133
52134 Herzogenrath
Telefon: +49 2407 91 62 66
Telefax: +49 2407 5 93 06
tuev@wa-sp.de