

HEIMKINO

Großbild • DVD • Blu-ray • Surround • Custom Installation

Mediadaten 2010

Das Magazin HEIMKINO



HEIMKINO 17. Jahrgang

Der Trendsetter für die Unterhaltungselektronik

- **Zielgruppe:** HiFi- und DVD-Enthusiasten, Großbildfans und Cineasten
- Wichtiges Forum für neue Produkte und Trends
- **Ständiges Supplement: DVD-Welt**
- Heftpreis: Euro 3,80
- Erscheinungsweise: monatlich
- Druckauflage: Ø 45.000 Exemplare
- Deutscher Vertreter in der EISA
- Premium-Magazin im Segment

Fernsehen hat unlängst eine neue Dimension bekommen: Große Bildformate und Sound wie im Kino bringen das Erlebnis Film ins Wohnzimmer. **HEIMKINO** testet die dazugehörige Technik und stellt die neuesten DVDs vor. **HEIMKINO** widmet sich dem Thema auf kompetente und dennoch verständliche Weise. **HEIMKINO** ist Mitglied der EISA.



Allgemeine Informationen



| | |
|----------------------------|--|
| Verlag | Michael E. Brieden Verlag GmbH |
| Geschäftsführer | Michael E. Brieden |
| Adresse | Gartroper Str. 42, D-47138 Duisburg |
| Telefon | 02 03 - 42 92-0 |
| Telefax | 02 03 - 42 92-149 |
| E-Mail | info@brieden.de |
| Internet | www.brieden.de |
| Erscheinungsweise | monatlich |
| Zahlungsbedingungen | Innerhalb von 7 Tagen ab Rechnungsdatum 2 % Skonto Innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug Ausland: Vorkasse |
| Mitgliedschaften | EISA (European Imaging and Sound Association) |
| Jahrgang | 17 |
| Vertrieb | Axel Springer Vertriebs GmbH, Hamburg |

Redaktion

| | |
|----------------------|--|
| Chefredakteur | Heinz Köhler Tel. 02 03 - 42 92-231, Fax 02 03 - 42 92-136 E-Mail: köhler@brieden.de |
|----------------------|--|

Anzeigen

| | |
|-----------------------|---|
| Anzeigenleiter | Udo Schulz Tel. 0 44 03 - 91 91-0, Fax 0 44 03 - 91 91-19 E-Mail: u.schulz@brieden.de |
|-----------------------|---|

Leiter Business Development

| |
|--|
| Peter S. Röger Tel. 0 84 64 - 93 33, Fax 0 84 64 - 86 34 E-Mail: roeger@brieden.de |
|--|

Mitgliedschaften:



Buchungstermine



| Ausgabe | Anzeigenschluss | Druckunterlagenchluss | Erscheinungstermin |
|------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| 2-3 / 10 | 14.12.2009 | 21.12.2009 | 15.01.2010 |
| 3-4 / 10 | 11.01.2010 | 18.01.2010 | 12.02.2010 |
| 4-5 / 10 | 08.02.2010 | 15.02.2010 | 12.03.2010 |
| 5-6 / 10 | 08.03.2010 | 15.03.2010 | 09.04.2010 |
| 6-7 / 10 | 12.04.2010 | 19.04.2010 | 14.05.2010 |
| 7-8 / 10 | 10.05.2010 | 17.05.2010 | 11.06.2010 |
| 8-9 / 10 | 07.06.2010 | 14.06.2010 | 09.07.2010 |
| 9-10 / 10 | 12.07.2010 | 19.07.2010 | 13.08.2010 |
| 10-11 / 10 | 09.08.2010 | 16.08.2010 | 10.09.2010 |
| 11-12 / 10 | 06.09.2010 | 13.09.2010 | 08.10.2010 |
| 12-1 / 10 | 11.10.2010 | 18.10.2010 | 12.11.2010 |
| 1-2 / 11 | 08.11.2010 | 15.11.2010 | 10.12.2010 |
| 2-3 / 11 | 06.12.2010 | 13.12.2010 | 14.01.2011 |



07.01.10 - 10.01.10



06.05.10 - 09.05.10



03.09.10 - 08.09.10



Heftformat: Breite: 210 mm, Höhe: 280 mm
Druckverfahren: Rollenoffsetdruck/Bogenoffsetdruck (Euroskala)
Bitte beachten Sie: Da das Magazin im Rollenoffset gedruckt wird,
sind geringe Farbschwankungen nicht auszuschließen, für die wir
keine Haftung übernehmen können.

Dateiformat:

Bitte senden Sie uns ein Adobe-PDF X/3, CMYK (Sonderfarben sind nicht möglich);
eingebettete ICC-Profile werden nicht ausgewertet

bei elektronischer Anlieferung:

per E-Mail: grafik@brieden.de

per FTP: Informationen unter 02 03 - 42 92-201 bis -204

Um einen reibungslosen Ablauf und die bestmögliche Qualität aller Vorlagen zu gewährleisten, setzen Sie sich bitte im Voraus mit unserer Grafikabteilung in Verbindung: 02 03 - 42 92-201 bis -204

Anzeigenformate, Anzeigenpreise, Sonderinsertionen



Preisliste Nr. 17 gültig ab Ausgabe 1/2010

| Format | Größen in mm | | | | Preise in Euro, zzgl. MwSt. | | | |
|--------------------|--------------|--------|-------------------------------------|-----|-----------------------------|----------|----------|----------|
| | Satzspiegel | | Anschnitt (+5mm Beschnittzugabe) | | s/w | 2-farbig | 3-farbig | 4-farbig |
| Breite | Höhe | Breite | Höhe | | | | | |
| 1/1 Seite | 185 | 248 | 210 | 280 | 5.182 | 5.586 | 6.591 | 7.603 |
| 1/2 Seite quer | 185 | 124 | 210 | 140 | 2.594 | 2.796 | 3.299 | 3.801 |
| 1/2 Seite hoch | 90 | 248 | 105 | 280 | | | | |
| 1/3 Seite quer | 185 | 82 | 210 | 90 | 1.730 | 1.862 | 2.201 | 2.534 |
| 1/3 Seite hoch | 58 | 248 | 70 | 280 | | | | |
| 1/4 Seite Standard | 90 | 124 | 105 | 140 | 1.299 | 1.398 | 1.654 | 1.908 |
| 1/4 Seite quer | 185 | 62 | 210 | 70 | | | | |
| 1/4 Seite hoch | 45 | 248 | 52,5 | 280 | | | | |
| 2/1 Seite | 392 | 248 | 420 | 280 | 10.366 | 11.174 | 13.184 | 15.206 |
| 2/2 Seite | 392 | 124 | 420 | 140 | 5.182 | 5.586 | 6.921 | 7.603 |

Beilagen:

- Gesamtauflage:
bis 25 g Euro 66,- pro Tausend,
je weitere 5 g zusätzlich Euro 5,80 pro Tausend.
- Höchstformat 200 x 270 mm.
- Muster 5-fach bei Auftragserteilung.
- Für die Aboauflage fallen zusätzlich Postgebühren an. Lieferanschrift auf Anfrage.

Beikleber:

- Post- oder Antwortkarten auf einer Basisanzeige: Euro 39,- pro Tausend
- CD-ROM auf einer Basisanzeige:
Euro 54,- pro Tausend

Malstaffel:

- ab 3 Anzeigen 3 %
- ab 6 Anzeigen 5 %

Beihefter:

- Gesamtauflage:
4-seitig Euro 87,- pro Tausend,
8-seitig Euro 146,- pro Tausend.
- Anlieferung gefalzt und unbeschnitten.
- Muster 5-fach bei Auftragserteilung.
- Für die Aboauflage fallen zusätzlich Postgebühren an. Lieferanschrift auf Anfrage.

mm-Anzeigen im Händlermarkt:

- Weitere Informationen entnehmen Sie bitte unserem Informationsblatt „Anzeigen im Marktteil“.

Mengenstaffel:

- ab 3 Seiten 5 %
- ab 6 Seiten 10 %

Periodika

HiFi Test - TV-Video

- 20. Jahrgang

Populäres Zeitschriftenkonzept im UE-Markt

- Zielgruppe: Kaufinteressierte im Bereich UE
- Großformatig, auflagenstark
- Markenzeichen: leicht verständliche Berichterstattung
- Heftpreis: Euro 2,50
- Erscheinungsweise: zweimonatlich
- Druckauflage: Ø 150.000 Exemplare
- Deutscher Vertreter in der EISA



6x

CAR&HIFI

- 21. Jahrgang

Das Car-HiFi-Magazin mit hoher Marktdurchdringung

- Zielgruppe: Car-HiFi-Enthusiasten und Kaufinteressierte
- Ständige Rubrik: Car-Hitec und Navigation
- Heftpreis: Euro 3,80
- Erscheinungsweise: zweimonatlich
- Druckauflage: Ø 40.000 Exemplare



6x

HEIMKINO

- 17. Jahrgang

Der Trendsetter für die Unterhaltungselektronik

- Zielgruppe: HiFi- und DVD-Enthusiasten, Großbildfans und Cineasten
- Wichtiges Forum für neue Produkte und Trends
- Ständiges Supplement: DVD-Welt
- Heftpreis: Euro 3,80
- Erscheinungsweise: monatlich
- Druckauflage: Ø 45.000 Exemplare
- Deutscher Vertreter in der EISA
- Premium-Magazin im Segment



12x

Periodika

eins null

- 1. Jahrgang

Erstes Magazin für digitale Musikwiedergabe

- Zielgruppe: Freunde hochwertiger Musikwiedergabe, die die Einfachheit digitaler Speichermedien schätzen
- EINSNULL klärt die Leser auf, bietet mit Grundlagenartikeln und vielen Tipps einen reichhaltigen Informationssfundus zum Thema „Digitale Audiotechnik“
- Heftpreis: Euro 4,80
- Erscheinungsweise: zweimonatlich
- Druckauflage: Ø 45.000 Exemplare
- hochwertige Aufmachung mit Hochglanzcover



6x

digital home

- 9. Jahrgang

Die Zukunft der Unterhaltungselektronik

- Zielgruppe: CE-Trendsetter
- Erscheinungsweise: 4 x jährlich
- Leicht verständliche Berichterstattung
- Druckauflage: Ø 62.000 Exemplare
- Heftpreis: Euro 1,80



4x

KLANG + TON

- 26. Jahrgang

Die Zeitschrift für Lautsprecherelbstbau

- Zielgruppe: HiFi-Insider mit kreativem Anspruch
- Heftpreis: Euro 4,50
- Erscheinungsweise: zweimonatlich
- Druckauflage: Ø 25.000 Exemplare



6x

LP

- 6. Jahrgang

Europas Magazin für die analoge Musikwiedergabe

- Zielgruppe: Liebhaber hochwertiger Musikwiedergabe abseits des digitalen Mainstreams
- LP bietet einen umfassenden Marktüberblick in allen Bereichen rund um das Thema „analog“
- Heftpreis: Euro 4,80
- Erscheinungsweise: zweimonatlich
- Druckauflage: Ø 25.000 Exemplare
- hochwertige Aufmachung



6x

Sonderhefte



Ratgeber

(als Beilage, Beihefter oder Beikleber)

HEIMKINO
Großbild • DVD • Blu-ray • Surround • Custom Installation



- zu wichtigen Themen mit einem festen Werbepartner
- 8, 16 oder 32 Seiten
- Beilage in der Gesamtauflage
- Fortdruck möglich
- „Den Leser an die Hand nehmen“
- Promotion durch Information
- Preis auf Anfrage

Weitere Informationen:

• Udo Schulz
Tel. 0 44 03 - 91 91-0
Fax 0 44 03 - 91 91-19
E-Mail: u.schulz@brieden.de

• Peter S. Röger
Tel. 0 84 64 - 93 33
Fax 0 84 64 - 86 34
E-Mail: roeger@brieden.de



Allgemeine Geschäftsbedingungen



1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
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. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, 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, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszufüllen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
5. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
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- diese Anzeigen die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters 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 rechtzeitige 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 Werbemittel 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. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
9. Nicht die Veröffentlichung der Anzeige nachweislich 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. 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 der Veröffentlichung 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. Grundsätzlich haftet der Verlag nur bis zur Höhe des Anzeigenpreises. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.
10. 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 Probeabzuges 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 Vorauszahlung 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 Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
14. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, 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. Aus einer Auflagenminderung kann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste oder anderweitig zugesicherte Auflage um mehr als 30 % unterschritten wird.
16. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages, bei Nichtkaufleuten bestimmt sich der Gerichtsstand nach deren Wohnsitz. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts 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 des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, 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.

17. Die Werbungsmitteiler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
18. 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.
19. 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 zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags 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, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, 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.

20. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 70 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist.

Gerätebedingungen der Michael E. Brieden Verlag GmbH Stand 07.10.2008

§ 1. Die Redaktionen der Michael E. Brieden Verlag GmbH führen Produkttests nach marktgängigen Kriterien durch. Die Auswahl der zur Testung vorgesehenen Produkte findet nach marktgängigen Kriterien statt. Die nachfolgenden Bestimmungen regeln den Umgang mit durch Hersteller und Vertriebe bereitgestellte Testgeräte.

§ 2. Steinladungen für vorgesehene Produkttests werden gegenüber Herstellern und Vertrieben sowohl mündlich als auch schriftlich ausgesprochen.

§ 3. Für Testgeräte, die dem Verlag unaufgefordert zugestellt werden, gelten die vorliegenden Bestimmungen entsprechend.

§ 4. Die Zustellung/Übergabe der Testgeräte am Sitz der jeweiligen Redaktion obliegt dem Hersteller.

§ 5. Die Tests werden von den Redaktionen mit größter Sorgfalt unter Anwendung marktgängiger Kriterien durchgeführt.

§ 6. Jede Geräte- und sonstige Überlassung erfolgt vollumfänglich auf Risiko des Herstellers. Es besteht grundsätzlich kein Erstattungsanspruch seitens des Herstellers.

§ 7. Die Michael E. Brieden Verlag GmbH schließt eine Elektronikversicherung ab, die die durch den Hersteller/Vertrieb bereitgestellten Geräte für den Zeitraum der tatsächlichen Überlassung absichert gegen folgende Risiken: Diebstahl, Transport im Verlag, Beschädigung durch Unbefugte, Feuer, Wasserschaden, Sturm.

§ 8. Der Überlassungszeitraum beträgt mindestens 8 Wochen ab Eingang des Produktes im Verlag.

§ 9. Nach Ablauf dieser 8 Wochen stehen die Testgeräte dem Hersteller zur Abholung bereit.

§ 10. Grundsätzlich wird Abholung durch den Hersteller empfohlen.

§ 11. Zwischen den Redaktionen und den Herstellern besteht ein reges Miteinander. So empfehlen wir die Abholung gleich bei der Überlassung neuer Testgeräte. Geschieht dies in einem regelmäßigen abgesprochenen Wechsel, können Kosten, Lagerzeiten und Verwaltungsaufwand minimiert werden. Hier bedarf es einer leichten Absprache unter den jeweiligen handelnden Personen.

§ 12. Sollte ein Gerät nach Ablauf des Überlassungszeitraums von 8 Wochen und auch innerhalb einer zusätzlichen Abholzeit von weiteren 4 Wochen nicht durch den Hersteller/Vertrieb abgeholt worden sein, so kann die Michael E. Brieden Verlag GmbH den Hersteller/Vertrieb auffordern, das Gerät innerhalb von weiteren 2 Wochen abzuholen oder abholen zu lassen. Es steht ihr alternativ frei, das jeweilige Gerät dem Hersteller unfrei mit einem Versanddienstleister der eigenen Wahl auf dem Versandweg zu übermitteln.

§ 13. Wurde der Hersteller/Vertrieb durch die Michael E. Brieden Verlag GmbH zur Abholung innerhalb von 2 Wochen aufgefordert und wird das jeweilige Produkt nicht innerhalb dieser Zeitspanne abgeholt, so steht es der Michael E. Brieden Verlag GmbH frei, über das Produkt eigenständig zu verfügen und es nach eigener Wahl an Dritte in deren Eigentum zu übergeben.

§ 14. Grundsätzlich ist es möglich Sondervereinbarungen zu treffen. Diese bedürfen zu ihrer Wirksamkeit ausnahmslos der Schriftform.

§ 15. Gegenstand einer Sondervereinbarung können die Abstimmung einer längeren Überlassungs- und Abholzeit und/oder eine gesonderte Regelung zur Produktrückgabe sein.

§ 16. Diese Ergänzungen der Geschäftsbedingungen der Michael E. Brieden Verlag GmbH treten am 1. September 2008 in Kraft.