

## Werkstoffe

in der Fertigung

Die Fachzeitschrift für technische Führungskräfte



ISSN 0939-2629 / B 25800 www.werkstoffzeitschrift.de Ausgabe 4/August 2011

## Werkstoffe in der Fertigung

branchenübergreifend · verbandsunabhängig

# 49 Jahre

Fachzeitschrift Werkstoffe

### HW-Verlag – Anzeigenverkauf

Sonnenblumenring 35 · D-86415 Mering

Postfach 60 · D-86407 Mering

Telefon 08233 32761

Fax 08233 32762

info@werkstoffzeitschrift.de

www.werkstoffzeitschrift.de

## Redaktionsprogramm WERKSTOFFE 2012

	Ausgabe / Erscheinen	Messen	Themen
<b>1</b>	Redaktionsschluss 20.01. Anzeigenschluss 03.02. Erscheinen 17.02.	METAV – Düsseldorf 28.02. – 03.03.2012 LogiMAT – Stuttgart 13.03. – 15.03.2012 RapidWorld – Stuttgart 13.03. – 15.03.2012 GrindTec – Augsburg 14.03. – 17.03.2012 tube/wire – Düsseldorf 26.03. – 30.03.2012	<b>Logistik</b> • Fertigungsleittechnik • Mess- und Regeltechnik, Prüftechniken, Barcode, Transponder • Simulation und Rapid Prototyping • <b>Sonderthema: Schleiftechnik</b>
<b>2</b>	Redaktionsschluss 16.03. Anzeigenschluss 30.03. Erscheinen 12.04.	PaintExpo – Karlsruhe 17.04. – 20.04.2012 analytica – München 17.04. – 20.04.2012 Hannovermesse 23.04. – 27.04.2012 SENSOR + TEST – Nürnberg 22.05. – 24.05.2012 CERAMITEC – München 22.05. – 25.05.2012 AUTOMATICA – München 22.05. – 25.05.2012	<b>Zuliefermarkt</b> • Industriel Supply • Zubehör • Halbfabrikate + Leichtbau • <b>Sonderthema: Keramik</b>
<b>3</b>	Redaktionsschluss 11.05. Anzeigenschluss 25.05. Erscheinen 08.06.	LASYS – Stuttgart 12.06. – 14.06.2012 O&S – Stuttgart 12.06. – 14.06.2012 ACHEMA – Frankfurt (30 Jahre) 18.06. – 22.06.2012 SIT – Chemnitz 27.06. – 29.06.2012	<b>Oberfläche</b> • Nano- und Galvanotechnik • Geräte und Anlagen • Farben, Lacke, Lasuren • Verfahren • <b>Sonderthema: Chemotechnik</b>
<b>4</b>	Redaktionsschluss 17.08. Anzeigenschluss 31.08. Erscheinen 14.09.	AMB – Stuttgart 18.09. – 22.09.2012 MOTTEK – Stuttgart 08.10. – 11.10.2012 Aluminium – Düsseldorf 09.10. – 11.10.2012 COMPOSITES – Düsseldorf 09.10. – 11.10.2012	<b>Fertigungstechnik</b> • Lasertechnologien • Umformtechnik • Kälte/Wärmetechnik • Schweiß/Verbindungstechnik • Verfahrenstechnik • <b>Sonderthema: Leichtmetalle</b>
<b>5</b>	Redaktionsschluss 14.09. Anzeigenschluss 28.09. Erscheinen 12.10.	FAKUMA – Friedrichshafen 16.10. – 20.10.2012 part2clean – Stuttgart (10 Jahre) 23.10. – 25.10.2012 EuroBlech – Hannover 23.10. – 27.10.2012 hybridica – München 13.11. – 16.11.2012 Materialica – München 14.11. – 17.11.2012	<b>Kunststoffe/Kautschuk</b> • Verbundwerkstoffe • Werkstoffkombinationen • <b>Sonderthema: Hybridtechnologien</b>
<b>6</b>	Redaktionsschluss 26.10. Anzeigenschluss 09.11. Erscheinen 23.11.	EUROMOLD – Frankfurt 27.11. – 30.11.2012	<b>Lufttechnik</b> • Reinigung – Entstaubung – Druckluft – Trocknung • Energie • Wartung / Sicherheit • Recycling • <b>Sonderthema: Umwelt und Nachhaltigkeit</b>

# Empfängeranalyse WERKSTOFFE 2012

<b>I Verbreitung</b>	Inland	Ausland	insgesamt
a) Verkauf	77,6% (9 079)	3,8% (445)	81,4% (9 524)
b) Werbung	11,8% (1 381)	3,6% (304)	14,4% (1 685)
c) Freixemplare			4,2% (491)
	<b>89,4% (10 460)</b>	<b>6,4% (749)</b>	<b>100% (11 700)</b>

## **II Regionale Gliederung aus a) Inland, 77.6% (9 079)**

Nielsen 1	(Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen)	14,6% (1 326)
Nielsen 2	(Nordrhein-Westfalen)	14,8% (1 344)
Nielsen 3a	(Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)	13,4% (1 217)
Nielsen 3b	(Baden-Württemberg)	20,0% (1 816)
Nielsen 4	(Bayern)	20,5% (1 861)
Nielsen 5	(Berlin)	1,1% (99)
Nielsen 6	(Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt)	6,1% (553)
Nielsen 7	(Thüringen, Sachsen)	9,5% (863)

**100% (9 079)**

## **III fachliche Schichtung aus**

### **a) Inland + Ausland = 81,4% (9 524 Exemplare)**

a) Chemische Industrie	12,8% (1 219)
b) Kunststoffverarbeitung	22,2% (2 114)
c) Geowerkstoffe (Keramik, Glas...)	6,4% (610)
d) Metallbe- und -verarbeitung, Gießereien	20,2% (1 924)
e) Maschinen, Apparate, Anlagen, Werkzeuge	19,7% (1 874)
f) Elektrotechnik, Elektronik	1,1% (104)
g) Nachwachsende Werkstoffe, technische Textilien...	3,8% (362)
h) EBM-Waren (Eisen-, Blech-, Metallwaren)	5,2% (495)
i) Forschungsinstitute, Ingenieurbüros, Berater	7,4% (705)
j) Buchhandel und Diverse	1,2% (115)

**100% (9 524)**

# Technische Daten

## **Verlag, Redaktion, Anzeigenverkauf**

HW-Verlag  
Sonnenblumenring 35 · D-86415 Mering  
Postfach 60, D-86407 Mering  
Telefon 08233 32761 · Fax 08233 32762  
info@werkstoffzeitschrift.de · www.werkstoffzeitschrift.de

## **Satz & Gestaltung**

Schindler Medienagentur  
Zeuggasse 7-9 · 86150 Augsburg  
Telefon 0821 4209920 · Fax 0821 4209922  
info@schindler-medienagentur.de  
www.schindler-medienagentur.de

## **Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen**

Schroff Druck und Verlag GmbH Augsburg  
Postfach 11 20 49 · 86045 Augsburg  
Telefon 0821 24096-0 · Telefax 0821 24096-20  
E-Mail: info@schroff-druck.de · www.schroff-druck.de

## **Termine**

Erscheinungsweise zweimonatlich, sechs Ausgaben im Jahr. Erscheinungs- und Anzeigenschlusstermine siehe Erscheinungsplan.

## **Zahlungsbedingungen**

Zahlung innerhalb von 8 Tagen mit 2% Skonto

## **Bankverbindung**

Sparkasse Augsburg, Kto-Nr. 51771, BLZ 720 500 00  
Postscheckkonto München, Kto-Nr. 324219800, BLZ 700 100 80

## **Mittlerprovision**

15% auf den Grundpreis. Ausnahmen siehe Preisliste.

## **Möglichkeiten der Datenübermittlung**

E-Mail	info@werkstoffzeitschrift.de (max. 15 MB Dateimege)
Datenträger	Speichermedien für Bild u. Text 1. CD-ROM 2. DVD

## **Datenformat**

Idealform Acrobat-PDF (hochauflösend)  
(Portable Document Format)

Alternative EPS- oder PostScript-Datei

Alle anderen Daten werden, soweit sie lesbar sind, nach Aufwand berechnet.

Schriften in Zeichenwege umwandeln, im Dokument einbinden oder Schriften mitliefern.

Bitte immer Erstellprogramm angeben!

## **Bilddateiformat**

Idealform EPS (Encapsulated PostScript)

Alternativen Tiff (Tagged Image File Format)  
JPEG (Joint Photographic Experts Group)

Bildauflösung Farbbilder 300 dpi (Farben in CMYK anlegen)  
Graustufenbilder 300 dpi  
Strichbilder 800 dpi

## **Komprimierung**

Standardkomprimierungsprogramme wie Stuffit Expander, ZIP oder WinRAR

### Werkstoffe – der größte Kostenblock in jeder Fertigung

Werkstoffe sind überall wo gefertigt wird im Spiel. Sie sind Nummer eins in der Wertschöpfungskette. Ihre Entwicklungen und Innovationen bieten neue Fertigungs- und Anwendungsfreiräume und sie können heute vielfach auf das Produkt maßgeschneidert werden. So mutieren auch die Anwendungsbereiche der Werkstoffe und neue Anwendungen bedingen neue Anwendungstechnologien.

### Umfassende Informationen darüber entscheiden über Existenz und Untergang.

### Zukunftssicherung durch den Blick über den Zaun

Nur wer sich über die Branchengrenzen hinaus informiert, kann die Chancen nutzen, welche durch die weltweite rasante Entwicklung auf dem Werkstoffsektor geboten werden. „WERKSTOFFE in der Fertigung“ übermittelt als einzige branchenübergreifende verbandsunabhängige Werkstoffzeitschrift die notwendigen Informationen. Sie berichtet über technische Entwicklungen aus aller Welt und gibt Auskunft über Trends für das gesamte Werkstoffspektrum.

Wer also mit der Werkstoffbe- und -verarbeitung oder -anwendung gleich welcher Art zu tun hat, kann durch die Fachzeitschrift „WERKSTOFFE in der Fertigung“ die weltweiten Recherchen nutzen auf der Suche nach neuen Wegen, um besser, billiger, einfacher, effizienter, umwelt- und ressourcenschonender zu produzieren.

### Erfolg durch Kooperationen

Mit den Kooperationsvereinbarungen, welche „WERKSTOFFE in der Fertigung“ eingegangen ist, lassen sich Netzwerke nutzen und Synergieeffekte für die eigene Arbeit ableiten: Gemeinsam mit einschlägigen Fachmessen bemühen wir uns um den Geschäftserfolg der Aussteller. Gemeinsam mit den Werkstoffforschungsinstituten werden neue Werkstoffe, neue Werkstoffmodifikationen und -kombinationen, werden neue Fertigungsverfahren für die Praxis vorbereitet und neue Anwendungsmöglichkeiten vermittelt.

### ... eine existenzielle Frage

Das Wissen um die aktuellen Werkstoffentwicklungen, um neue Anwendungsmöglichkeiten, um geänderte Fertigungstechnologien ist für alle Produktionsbetriebe, ganz gleich welcher Branche, zur Existenzfrage geworden.

**Somit führt an den umfassenden Werkstoffinformationen von „WERKSTOFFE in der Fertigung“ kein Weg vorbei. Das Jahresabonnement kostet im Inland einschließlich Porto und Versandkosten € 64.20.**

Ein Probeabonnement erlaubt das unverbindliche Kennenlernen.

## Anzeigenpreisliste Nr. 31

gültig seit 01.01.2011

### Anzeigenformate und -preise

Den Preisen ist die jeweils gültige Mehrwertsteuer hinzuzurechnen

Format	Höhe x Breite in mm	Preis in Euro			
		1-farbig	2-farbig	3-farbig	4-farbig
1/1 Seite	276 x 185	2.880,-	3.030,-	3.180,-	3.330,-
1/2 Seite	276 x 92 138 x 185				
Juniorpage	185 x 138	1.440,-	1.565,-	1.690,-	1.815,-
1/3 Seite	69 x 185 276 x 60	960,-	1.085,-	1.210,-	1.335,-
1/4 Seite	276 x 46 138 x 92 58 x 185	720,-	820,-	920,-	1.020,-
1/8 Seite	138 x 46 69 x 92 34 x 185	360,-	460,-	560,-	660,-
1/16 Seite	69 x 46 34 x 92	180,-	255,-	330,-	405,-
1/32 Seite	17 x 92 34 x 46	90,-	165,-	240,-	315,-
1/64 Seite	17 x 46	45,-	95,-	145,-	195,-

Spalten-mm = € 2,88

€ 1,44 bei Gelegenheitsanzeigen

### Nachlässe – bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres

Malstaffel	Mengenstaffel
2 x = 6%	1 Seite = 8%
3 x = 9%	2 Seiten = 10%
4 x = 12%	3 Seiten = 12%
5 x = 15%	4 Seiten = 15%
6 x = 20%	5 Seiten = 18%
	6 Seiten = 20%

### Zuschläge für Anzeigen im Sonderformat

Anzeigen ü. Bund o. ü. Satzspiegel/angeschnitten 10%

### Farbzuschläge je Farbe nach Euro-Skala

1/1 Seite und kleiner	150,- €
1/4 Seite und kleiner	100,- €
1/16 Seite und kleiner	25,- €
<b>Sonderfarben:</b> Zuschlag je Farbe	25,- €

### Druckunterlagenformate für angeschnittene Anzeigen

1/1 Seite	216 x 303 mm
1/2 Seite quer	216 x 146 mm
1/2 Seite hoch	103 x 303 mm

Vorzugsplatzierung 10%

### Preise für Vorzugsplätze

Anzeige auf Titelseite auf Anfrage

Anzeige auf 2./3./4. Umschlagseite s/w 2.800,- € pro Farbe + 100,- €

**Werbefeld:** 50 x 60 mm s/w je Ausgabe 125,- €  
+ je Farbe bei sechsmal in Folge 25,- €

**Adresseneintrag/Internet-Adresseintrag bei Laufzeit sechsmal in Folge**  
s/w je Ausgabe 16,- € Farbe je Ausgabe 20,- € + Logo je Eintrag 25,- €

### Beilagen

Lose eingelegt, Größe 205 x 290 mm, bis 25 g Gewicht pro Tausend 100,- €  
+ zusätzlich aktuelle Postgebühren auf Anfrage

### Einhefter

Nur im Format DIN A4, unbeschnitten, in 216 mm Breite und 303 mm Höhe (vier- und mehrseitig gefalzt) anzuliefern. Weichen Einhefter an zwei Schnittkanten vom Heftformat ab, erhöht sich der Preis um je 75,- € pro Tausend.  
**Kosten:** zweiseitig je Tausend 200,- €, vierseitig je Tausend 225,- €

**Einkleber** Postkarten/CD-ROM pro Tausend 100,- €

**Mittlerprovision** 15%

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

### § 1 Geltung, Ausschließlichkeit

Für die Annahme und die Veröffentlichung von Anzeigen gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen: Zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber wird beim ersten Vertragsabschluss vereinbart, dass diese Bedingungen auch sämtlichen Folgegeschäften, auch solche, die mündlich oder telefonisch abgeschlossen wurden, zu Grunde gelegt werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, die unseren Bedingungen widersprechen, von ihnen abweichen oder ergänzende Regelungen enthalten, werden nicht Vertragsbestandteil. Das gilt auch dann, wenn wir in Kenntnis entgegenstehender oder von unseren Geschäftsbedingungen abweichender Bedingungen des Bestellers den Auftragsauftrag des Auftraggebers vorbehaltlos ausführen.

### § 2 Angebot, Vertragsabschluss

1. Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden.  
Bei telefonisch aufgegebenen Aufträgen oder Änderungen von Auftragsaufträgen haftet der Verlag nicht für Übermittlungsfehler.
2. Unsere Angaben sind frei bleibend. Ein Vertrag kommt erst mit unserer Auftragsbestätigung zustande.
3. Der Verlag ist berechtigt, Auftragsaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag hat die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte zu erklären.

### § 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach unserer zur Zeit gültigen Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge.
2. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen gewährt (Anzeigenjahr). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht anders vereinbart.
3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
4. Der Rechnungsbetrag ist netto (ohne Abzug) innerhalb von 8 Tagen ab Abrechnungsdatum zur Zahlung fällig. Bei Vorauskasse gewährt der Verlag dem Auftraggeber ein Skonto in Höhe von 2 Prozent des Rechnungsbetrages. Für die Einräumung einer Einzugsvollmacht erhöht sich der Skontosatz auf 3 Prozent des Rechnungsbetrages.
5. Zahlungen müssen kosten- und spesenfrei auf die in der Rechnung angegebenen Bankkonten des Verlages geleistet werden.
6. Zahlungen werden auch bei anders lautender Bestimmung des Auftraggebers ausschließlich nach § 366 BGB verrechnet.
7. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Umsatzsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungstellung.
8. Aus einer Auftragsminderung 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 des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 Prozent unterschritten wird.

### § 4 Vertragsabwicklung, weitere Kosten

1. Auftragsaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
2. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckvorlagen (Daten) ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckvorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Monate nach Ablauf des Auftrages.
3. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und Lieferungen bestellter Druckvorlagen, Filme oder Zeichnungen hat der Auftraggeber zu tragen.
4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
5. Komplette Belegexemplare liefert der Verlag auf Anfrage nur ab viertelseitigen Anzeigen.
6. Textanzeigen, die aufgrund der Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.
7. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Aufbewahrung und rechtzeitige Weiterleitung der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe werden auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Eingeschriebene Sendungen werden nur dann eingeschrieben weitergeleitet, wenn der Portobetrag mitgeschickt wird. Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine und Erscheinungstermine kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

9. Anzeigenaufträge können nur schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Auftragsauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z. B. zum Abdruck einer Gegendarstellung aufgrund der geschalteten Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber dieser Anzeige die Kosten des Abdrucks nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber dem Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision wird nicht auf Privatpreise gewährt. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Auftragsaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt.

### § 5 Mängel, Gewährleistung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auftragspapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Angaben in Preisliste).
3. Farbanzeigen. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.
4. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren innerhalb 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.
5. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
6. Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
7. Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Daten frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
8. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen usw.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

### § 6 Haftung

1. Schadenersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzug der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn der Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist oder die Schadenersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadenersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei Vorsatz oder wenn das schadenauslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde. Alle Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter und vorsätzlicher Handlung. Resultieren die Schadenersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsbegrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.
2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei; Schadenersatzansprüche bestehen deswegen nicht (siehe § 7).

### § 7 Speicherung von Kundendaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

### § 8 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Änderungen und Ergänzungen der in diesen Bedingungen enthaltenen Bestimmungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform und der Vereinbarung im Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber.
2. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Erfüllungsort für sämtliche Ansprüche aus dem zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag geschlossenen Vertrag ist Augsburg. Ausschließlicher Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist Augsburg.