

# D'fakto:



**mediadaten** 09.2011

Erscheinungstermin: 28. Mai 2011

**mediadaten** 10.2011

Erscheinungstermin: 7. Dezember 2011

**anspruch und ziele**

**verlagsangaben**

**anzeigenpreise**

# D'fakto:

MAGAZIN FÜR  
WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG  
UND STANDORTMANAGEMENT  
IN DEUTSCHLAND

WWW.DFAKTO.DE

## :anspruchundziele

### Aus der Praxis – für die Praxis

**D'fakto ist** das Magazin in Deutschland, das der Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung eine Kommunikationsplattform gibt.

**D'fakto greift** zweimal jährlich aktuelle Themen auf, die die Wirtschaftsförderung bewegen.

**D'fakto zeigt**, wie erfolgreiche Wirtschaftsförderungen agieren und berichtet über den effizienten und zielgerichteten Einsatz von Förderungsinstrumenten.

**D'fakto schafft Anregungen**, stellt Kontakte her und fördert den Erfahrungsaustausch.

**D'fakto lässt** die Politik und Wirtschaftsexperten zu wirtschaftsförderungsrelevanten Themen zu Wort kommen.

**D'fakto ist redaktionell unabhängig** und kommuniziert glaubwürdig und mit Leidenschaft Inhalte, die dem hohen Anspruch der Leserschaft gerecht werden.

### Aus der Wirtschaftsförderung – für die Wirtschaftsförderung



## Lösungen entwickeln: Wirtschaft und Wissenschaft stärker vernetzen



ZUK PRAXIS

Prof. Dr. Michael Hübner ist seit sechs Jahren Direktor und Mitglied des Präsidiums des arbeitgebernahen Instituts für Wirtschaftswissenschaften, Mitteln und Karriere-Geschichte an der Universität Gießen und des University of East Anglia in Norwich. 1999 folgte die Promotion in VWL, von 1999 bis 1999 war er Leiter der 40-jährigen Wissenschaftlichen Mitarbeiter an der Universität Gießen, von 1999 bis 1999 wissenschaftlicher Mitarbeiter im IZL und 1999 bis 1999 Geschäftsführer sowie Leiter des wissenschaftlichen Rates des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaft und Beschäftigung, Wirtschaft und Kommunikation der Deka Bank und Kommunikation der Deka Bank und Kommunikation der Deka Bank. Seit 2001 Honorarprofessor an der Universität Bamberg, seit 2001 Honorarprofessor an der Universität Bamberg, seit 2001 Honorarprofessor an der Universität Bamberg, seit 2001 Honorarprofessor an der Universität Bamberg.

Die Krise ist überwunden. Deutschland ist auf dem besten Wege, wieder Exportweltmeister zu werden. Viele Branchen profitieren von der großen Nachfrage aus dem Ausland, insbesondere aus den prosperierenden Entwicklungs- und Schwellenländern. D'fakto sprach darüber mit Prof. Dr. Michael Hübner, Direktor des Kölner Instituts der deutschen Wirtschaft.

**D'fakto:** Herr Professor Hübner, der Export boomt wieder. Die Aufholkurve ist um 17 Prozent im Vergleich zu 2009 gestiegen. Wem liegt das?

**Hübner:** Dass die Krise schnell überwunden wurde und der aktuelle Export wieder diesen Niveau erreicht hat zeigt, dass es sich nur um eine Wachstums- und Strukturkrise handelte und keine Verwerfungen oder Strukturrisiken entwickelt sind. Wir konzentrieren uns auf die Produktion und den unternehmerischen Dienstleistungen an die globalen Trends an. Diese Trends wie Unterstützung, Individualisierung, demographische Entwicklung und die Suche nach Ressourcen stellen eine große Herausforderung dar. Die Lösung ist die Suche nach passenden Lösungen, sei es durch die Schaffung von innovativen Innovationen.

**D'fakto:** Welche Art von Innovationen suchen Sie, welche Branchen und Produkte sind es, die den Export befeuern?

**Hübner:** Das sind die klassischen Industriesektoren wie Maschinenbau und Spartechnik, die Elektrotechnik, Chemie und Automobilindustrie. Aber natürlich auch IT, die neue Lösungen zur Mobilität anbieten, die sich um die

Produktion der Zukunft kümmern, um Innovationen und Kundenorientierte Dienstleistungen. Die Bereiche Industrie und Dienstleistung – ergänzen sich. Industrie und kundenorientierte Dienstleistungen sind keine Gegensätze mehr.

**D'fakto:** In der Vergangenheit war es so, dass der Investitionsboom in Schwellenländern exportiert wurde, hochwertige Konsumgüter und Autos in Industrieländern. Hat sich das geändert?

**Hübner:** Ja, inzwischen sind viele Schwellenländer hoch entwickelte Volkswirtschaften, in denen viel Geld verdient wird und die einen enormen Nachfragebedarf haben. Schauen Sie sich China oder Russland an. Diese Märkte bieten nach Konsumgütern und Fahrzeugen. Viele Schwellenländer haben je selbst inzwischen eine hoch entwickelte Industrie.

**D'fakto:** Wohin exportiert Deutschland denn überwiegend?

**Hübner:** 43 Prozent gehen in die Eurozone, knapp sieben Prozent in die USA und fast ein Drittel in die Schwellen- und Entwicklungsländer wie Mittel- und Osteuropa, Brasilien, Asien, Russland, Lateinamerika.

**D'fakto:** Welche Risiken sehen Sie, wenn die deutsche Wirtschaft so abhängig ist vom Wachstum der Schwellenländer?

**Hübner:** Das größte Risiko sehe ich darin, dass die globalen Schwellenländer kein Anreiz und keine Anreize haben, um höhere Fähigkeiten und Kompetenzen zu entwickeln. Die Länder in der Entwicklung sind in der Lage, die Produktion zu verlagern, aber sie sind nicht in der Lage, die Produktion zu verlagern. Das ist ein Risiko, das wir nicht ignorieren dürfen.

**D'fakto:** Trotz der positiven Perspektiven bleiben auch in den Schwellenländern Risiken, wie die regionalen Ungleichgewichte in China. Allen in allem aber werden die aufstrebenden Länder ihre Rolle als Wachstumsstreber für deutsche Exporte behalten – wenigstens in leicht gedämpfter Form.

**D'fakto:** Was bedeuten die guten Exportzahlen für Binnenmarkt und Arbeitslosigkeit? Wie werden sich diese Bereiche in Zukunft entwickeln?

**Hübner:** Der Export ist natürlich ein Trigger, ein Anreiz für die Beschäftigungsentwicklung im Inland. Aus diesem Grund ist es auch die Arbeitslosigkeit auf unter drei Millionen gesunken. Mehr Beschäftigung korrespondiert dem Konsum an – und natürlich sind Investitionen der Unternehmen nötig, um die hohen Exporterlöse zu sichern. Der positive Trend wird sich daher auch in diesem Bereich erst einmal halten: Der private Konsum wird durchaus kräftig in 2011 steigen, da bin ich zuversichtlich.

### Beide Bereiche – Industrie und Dienstleistung – ergänzen sich: Industrie und kundenorientierte Dienstleistungen sind keine Gegensätze mehr.

**D'fakto:** In welchem Bereich haben wir im Export in den nächsten Jahren die größten Chancen?

**Hübner:** Die Chancen werden wieder Infrastruktur und Energie sein. Infrastruktur in Form von Verkehrsinfrastruktur, Individualität, Mess- und Regeltechnik, Versorgung der Stromerzeugung. Bei der Energie wird es darum gehen, intelligente Lösungen weiterzuentwickeln. Aber auch andere Themen gewinnen an Bedeutung: Gesundheit, Pflege, Medizintechnik, Pharmazie – eigentlich alle Biowissenschaften.

**D'fakto:** Was muss sich in den Unternehmen ändern, um dieser Entwicklung ge-

recht zu werden, braucht man andere Strukturen?

**Hübner:** Unsere Unternehmen sind je nach schlecht aufgestellt, sonst würden wir jetzt nicht so gut da. Wir sind auf einem guten Weg, haben nichts verschlafen. Was wir in Zukunft noch intensiver betreiben müssen ist die Vernetzung von Wirtschaft und Wissenschaft. An Bedeutung gewinnt die Förderung von Forschung und Entwicklung gerade für kleine Unternehmen und eine gute Ausgestaltung der Förderungsregeln. Überregionale Netzwerke und Cluster, nämlich vernetzte Wissenszentren – darauf wird es künftig noch mehr ankommen.

**D'fakto:** Cluster und Wissensverbünde sind ein gutes Stichwort. Wie können Wirtschaftsförderer das unterstützen?

**Hübner:** Neben dem Bereitstellen von Gewerbesteuern und einer konkreten Anreizpolitik ist es für Wirtschaftsförderer von entscheidender Bedeutung, die Clusterstrategien noch weiter zu verfolgen, das geschieht je nach verschiedenen Kommunikationsformen zu schaffen, gemeinsame Interessen zu identifizieren – gerade auch für kleine Unternehmen, die in ähnlichen Bereichen tätig sind, das wird für Wirtschaftsförderer eine wichtige Aufgabe in Zukunft. Viele kleinere Betriebe haben ähnliche Bedürfnisse – Packkräfte zum Beispiel. Werden diese Interessen und Bedarfe gebündelt und an Fachhochschulen weitergegeben, kann viel gezielter ausgebildet werden, zum Beispiel indem Studiengänge passgenau gestaltet werden. Wirtschaftsförderer können da helfen, modernisieren und den Blick in die richtige Richtung lenken.

# D'fakto:

MAGAZIN FÜR  
WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG  
UND STANDORTMANAGEMENT  
IN DEUTSCHLAND

WWW.DFAKTO.DE

## :verlagsangaben



### Herausgeber

neomediaVerlag GmbH  
Rainer Wendorff

### Verlag

neomediaVerlag GmbH  
Industriestraße 23 · 48653 Coesfeld  
Tel. 02546 9313-0 · Fax 02546 9313-33

info@neomedia.de  
www.neomedia.de

Geschäftsführer: Albert Paus

### Anzeigen

Miriam Schirmer  
Tel. 02546 9313-21  
info@dfakto.de

### Projektkoordination

Brigitte Lichtenthaeler  
Tel. 02546 9313-32  
brigitte.lichtenthaeler@neomedia.de  
redaktion@dfakto.de

### Redaktionsbüro

Sabine Hense-Ferch  
Tel. 0170 9038012  
redaktion@dfakto.de



D'fakto wird herausgegeben  
in Kooperation mit dem  
DVWE – Deutscher Verband der  
Wirtschaftsförderungs- und  
Entwicklungsgesellschaften e.V.

### Geschäftsstelle:

VUK Werner Geerissen  
Waldweg 24 · 46419 Isselburg  
Tel. 02874 900468  
geerissen@dvwe.de

### Auflage

10.000 Exemplare / Ausgabe  
durch Direkt-Versand: 7.400 Exemplare

### D'fakto wird in Deutschland kostenfrei verteilt an:

- Landratsämter und Kreisverwaltungen (Landräte, Wirtschaftsförderer)
- Städte und Gemeinden (Bürgermeister, Wirtschaftsförderer)
- Wirtschaftsförderungsgesellschaften
- Universitäten
- Projekteure PPP
- Investitionsgesellschaften
- Messen
- Banken und Sparkassen
- die Immobilien- und Baubranche
- bedeutende Industriezweige, wie z.B. Automobil, Maschinenbau, Elektrotechnik, Chemie, etc.
- den Energiesektor
- Beratungsunternehmen verschiedenster Branchen
- Logistikkonzerne
- Handelsunternehmen
- ... und viele mehr

# D'fakto:

MAGAZIN FÜR  
WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG  
UND STANDORTMANAGEMENT  
IN DEUTSCHLAND

WWW.DFAKTO.DE

## :mediadaten

### :ausgabe 09.2011

Erscheinungstermin: 28. Mai 2011  
Anzeigen- und Druckvorlagenschluss: 1. Mai 2011

### :ausdeminhalt

Berichte und Interviews  
aus den Wirtschaftsförderungen

**Schwerpunktthema:**  
**Standortfaktor Bildung**  
Interkommunales Flächenmanagement

### :ausgabe 10.2011

Erscheinungstermin: 7. Dezember 2011  
Anzeigen- und Druckvorlagenschluss: 13. November 2011

### :ausdeminhalt

Berichte und Interviews  
aus den Wirtschaftsförderungen

Berichte vom „Forum deutscher Wirtschaftsförderer,  
dem gemeinsamen Jahreskongress der kommunalen  
Spitzenverbände und des DVWE  
(November 2011)

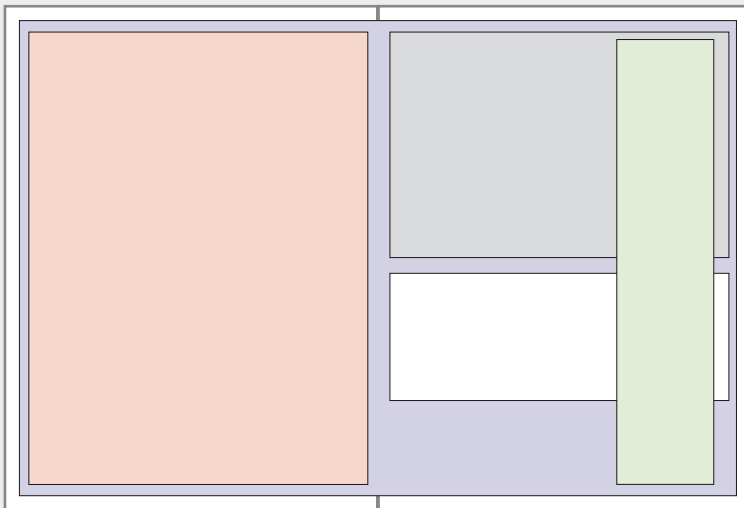


### :anzeigenpreise

Anzeigenformate	im Satzspiegel B x H in mm	im Anschnitt B x H in mm	Preis in € sw + 4 c
2/1 Seite	400 x 250	420 x 280	5.717,00
1/1 Seite	188 x 250	210 x 280	3.505,00
1/2 Seite quer	188 x 122	210 x 138	1.988,00
1/3 Seite hoch	58 x 250	71 x 280	1.553,00
1/3 Seite quer	188 x 80	210 x 96	1.553,00

#### Umschlagseite

U 2/U 3	-	210 x 280	4.647,00
U 4	-	210 x 280	5.294,00



### :sonderwerbformen

**Beilagen** sind dem Magazin beigelegte Blätter, Karten oder Prospekte. Sie müssen zum Bund hin geschlossen sein.

bis 20g – 165,00 €/1000 Ex.  
bis 25g – 180,00 €/1000 Ex.

**Beihefter** sind mit dem Magazin fest verbundene Drucksachen. Sie müssen verarbeitungsfertig vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden.

180,00 €/1000 Ex.

**Beikleber** wie Postkarten, CDs werden auf Trägeranzeigen (min. 1/1 Seite) leicht ablösbar verklebt.

165,00 €/1000 Ex.

### :technischehinweise

Farbe/Papier:  
durchgängig vierfarbig  
250 g / 135 g Bilderdruck

Druckverfahren: Offsetdruck, Euroscala  
80er Rasterweite

Heftformat:  
B x H 210 x 280 mm, Klebebindung  
Anschnitt: 5 mm  
Anzeigenspiegel: 188 x 250 mm

Druckvorlagen  
geliefert als PDF-Feindaten (Druckdateien)  
E-Mail (bis 15 MB) an: [daten@neomedia.de](mailto:daten@neomedia.de)  
FTP-Upload auf Anfrage

### :konditionen

Mengenstaffel:	Malstaffel:
ab 2 Seiten 5 %	ab 2 Ausgaben 10 %
ab 3 Seiten 10 %	ab 3 Ausgaben 15 %
ab 4 Seiten 20 %	ab 4 Ausgaben 20 %

**Werbemittler- und Agenturprovision:** 15%

Alle angegebenen Preise sind Nettopreise zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer und basieren auf der Anlieferung druckfertiger Dateien bzw. verarbeitungsfertiger Drucksachen.

# D'fakto:

MAGAZIN FÜR  
WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG  
UND STANDORTMANAGEMENT  
IN DEUTSCHLAND

**:neomediaVerlag**

WWW.DFAKTO.DE

**:kompetenzinmedien**



**Auch als  
E-Book-Version  
erhältlich**

**neomedia**  
**ni**

neomediaVerlag GmbH  
Industriestraße 23 · 48653 Coesfeld  
Tel. 02546 9313-0 · Fax 02546 9313-33  
info@neomedia.de  
www.neomedia.de

# D'fakto:

## MAGAZIN FÜR WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG UND STANDORTMANAGEMENT IN DEUTSCHLAND

## :allgemeinegeschäftsbedingungen

### I. Geltungsbereich

Aufträge werden zu den nachfolgenden Bedingungen ausgeführt. Abweichende Regelungen bedürfen der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung des Verlages.

### II. Gegenleistung

1. Grundlage für die Auftragsannahme ist die zum Zeitpunkt der Auftragsabgabe gültige Preisliste. Die genannten Preise gelten unter dem Vorbehalt, dass die der Auftragsannahme zu Grunde gelegten Auftragsdaten unverändert bleiben.

2. Nachträgliche Änderungen auf Veranlassung des Auftraggebers einschließlich des dadurch verursachten Maschinenstillstandes werden dem Auftraggeber berechnet. Als nachträgliche Änderungen gelten auch Wiederholungen von Probeandringen, die vom Auftraggeber wegen geringfügiger Abweichungen von der Vorlage verlangt werden.

3. Skizzen, Entwürfe, Probestab, Probedrucke, Muster und ähnliche Vorarbeiten, die vom Auftraggeber veranlasst sind, werden berechnet, auch wenn der Auftrag nicht erteilt wird.

4. Bei Auftragsaufträgen ist der Auftraggeber für die rechtzeitige Vorlage der zum Druck erforderlichen Unterlagen verantwortlich. Liegen zu dem vom Verlag festgesetzten Termin keine oder nicht ausreichende Druckunterlagen vor, ist der Verlag berechtigt, die Anzeige nach eigenem Ermessen zu gestalten. In diesem Fall steht dem Auftraggeber kein Schadenersatzanspruch auf Grund einer Mängelrüge zu.

5. Ist eine verlagsseitige Eigengestaltung nicht möglich, z. B. auf Grund zu geringer Informationen bei einer großformatigen Anzeige, so ist der Verlag berechtigt, den Auftragsauftrag zu stornieren, da der Auftraggeber die Vertragsgrundlage entzogen hat. In diesem Fall ist der Verlag berechtigt, Stornierungskosten und Gewinnausfall in Höhe von 80% des Nettoauftragswertes zzgl. MwSt. gegenüber dem Auftraggeber zu berechnen.

Der Auftraggeber kann eine geringere Kostenerstattung verlangen, soweit er den Nachweis führt, dass der Verlag einen geringeren Schaden erlitten hat.

6. Die bei Auftragsaufnahme genannten Preise enthalten keine MwSt. Sie schließen Verpackung, Fracht, Porto, Versicherung und sonstige Versandkosten nicht ein.

7. Die bei der Auftragsaufnahme festgelegten Preise gelten unabhängig von zwischenzeitlich erfolgten Preisänderungen für diesen Auftrag weiter.

8. Kartographische Aufbereitung der Senkrecht-Luftbilder

Auf Grund der räumlichen Aufteilung kann es notwendig werden, Stadt- bzw. Gemeindeteile fotografisch unveröffentlicht zu lassen. Der Verlag behält sich vor, für die unveröffentlichten Teile reine kartographische Lösungen drucktechnisch einzubauen. Durch die Veröffentlichungseinschränkungen kann nicht garantiert werden, dass jeder Auftraggeber sein Unternehmensgelände/seinen Sitz abgebildet wiederfinden kann.

### III. Zahlung

1. Die Zahlung (Nettopreis zzgl. Umsatzsteuer) ist, soweit nicht individuell anders vereinbart, sofort nach Rechnungszugang ohne Abzug zu leisten. Der Verlag ist jederzeit berechtigt, nach dem erreichten Stand des jeweiligen Auftrags Abschlagsrechnungen zu erteilen. Für den Zahlungsverzug gilt Ziffer IV. entsprechend.

Wechsel werden nur nach besonderer Vereinbarung und zahlungshalber ohne Skontogewährung angenommen. Diskont und Spesen trägt der Auftraggeber. Sie sind vom Auftraggeber sofort zu zahlen. Für die rechtzeitige Vorlegung, Protestierung, Benachrichtigung und Zurückleitung des Wechsels bei Nichteinlösung haftet der Verlag nicht, sofern ihm oder seinem Erfüllungsgehilfen nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last fallen.

2. Bei Bereitstellung außergewöhnlich großer Papier- und Kartonmengen, besonderer Materialien oder Vorleistungen kann hierfür Vorauszahlung verlangt werden.

3. Der Auftraggeber kann nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufnehmen. Einem Auftraggeber, der Vollkaufmann im Sinne des HGB ist, stehen Zurückbehaltungs- und Aufrechnungsrechte nicht zu. Die Rechte nach § 320 BGB bleiben jedoch erhalten, solange und soweit der Auftragnehmer seinen Verpflichtungen nach Abschnitt VI 3. nicht nachgekommen ist.

### IV. Zahlungsverzug

1. Ist die Erfüllung des Zahlungsanspruches wegen einer nach Vertragschluss eingetretenen oder bekannt gewordenen Verschlechterung der Vermögensverhältnisse des Auftraggebers gefährdet, so kann der Auftragnehmer Vorauszahlung und sofortige Zahlung aller offenen, auch der noch nicht fälligen Rechnungen verlangen, noch nicht ausgelieferte Ware zurückbehalten sowie die Weiterarbeit an noch laufenden Aufträgen ein-

stellen. Diese Rechte stehen dem Verlag auch zu, wenn der Auftraggeber trotz einer verzugsbegründenden Mahnung keine Zahlung leistet.

2. Bei Zahlungsverzug sind Verzugszinsen in Höhe von 5% über dem jeweiligen Referenzzins zu zahlen. Die Geltendmachung weiteren Verzugschadens wird hierdurch nicht ausgeschlossen.

### V. Kündigung

1. Angaben, die ein Erfüllungsgehilfe des Verlags (Anzeigenakquisiteur) gegenüber dem Auftraggeber über den Liefertermin macht, sind unverbindlich. Bei Nichteinhaltung des Liefertermins ist der Auftraggeber nicht berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten, es sei denn, der Vertrag wurde unter der schriftlichen Bedingung geschlossen, dass die Lieferung bis zu einem bestimmten Termin erfolgt.

Derartige Vereinbarungen bedürfen in jedem Fall der Schriftform. Mündliche Absprachen haben keine Gültigkeit.

2. Der Auftraggeber ist 24 Monate an seinen Auftrag gebunden. Sollte das Objekt nicht innerhalb dieses Zeitraumes erscheinen, kann der Auftraggeber durch schriftliche Erklärung vom Vertrag zurücktreten.

3. Bei Kündigung des Auftrages durch den Auftraggeber aus Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, ist der Verlag berechtigt, unabhängig evtl. anfallender anderweitiger Kosten, vom Auftraggeber eine pauschale Kostenerstattung in Höhe von 40% des Nettoauftragswertes zuzügl. MwSt. zu fordern. Der Auftraggeber kann eine geringere Kostenerstattung verlangen, soweit er den Nachweis führt, dass der Verlag einen geringeren Schaden erlitten hat.

### VI. Lieferung

1. Den Versand nimmt der Verlag für den Auftraggeber mit der gebotenen Sorgfalt vor. Der Verlag haftet bei Versandschäden nur, soweit ihn Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit trifft.

2. Liefertermine sind nur gültig, wenn sie vom Verlag ausdrücklich bestätigt werden. Wird der Vertrag schriftlich geschlossen, bedarf auch die Bestätigung des Liefertermins der Schriftform.

3. Gerät der Verlag mit seinen Leistungen in Verzug, so ist ihm zunächst eine angemessene Nachfrist zu gewähren. Nach fruchtlosem Ablauf der Nachfrist kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten.

Schadenersatzansprüche des Auftraggebers gegenüber dem Verlag wegen Nichteinhaltung des Liefertermins können nicht geltend gemacht werden.

4. Betriebsstörungen - sowohl im Betrieb des Auftragnehmers als auch in dem eines Zulieferers - insbesondere Streik, Aussperrung, Krieg, Aufruhr sowie alle sonstigen Fälle höherer Gewalt, berechtigen nicht zur Kündigung des Vertragsverhältnisses. Die Grundsätze über den Wegfall der Geschäftsgrundlage bleiben unberührt.

5. Die gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung aller zum Rechnungsdatum bestehenden Forderungen des Verlags gegen den Auftraggeber sein Eigentum. Zur Weiterveräußerung ist der Auftraggeber nur im ordnungsgemäßen Geschäftsgang berechtigt. Der Auftraggeber tritt seine Forderungen aus der Weiterveräußerung hierdurch an den Verlag ab. Der Verlag nimmt die Abtretung hiermit an.

6. Dem Verlag steht an vom Auftraggeber angelieferten Lithos, Reinzeichnungen, Manuskripten, Rohmaterialien und sonstigen Gegenständen ein Zurückbehaltungsrecht gemäß § 369 HGB bis zur vollständigen Erfüllung aller fälligen Forderungen aus der Geschäftsverbindung zu.

### VII. Beanstandungen

1. Der Auftraggeber hat die Vertragsgemäßheit der gelieferten Ware sowie der zur Korrektur übersandten Vor- und Zwischenerzeugnisse in jedem Fall zu prüfen. Die Gefahr etwaiger Fehler geht mit der Druckreifeerklärung auf den Auftraggeber über, soweit es sich nicht um Fehler handelt, die erst in dem sich an die Druckreifeerklärung anschließenden Fertigungsverfahren entstanden sind oder erkannt werden konnten. Das Gleiche gilt für alle sonstigen Freigabeerklärungen des Auftraggebers zur weiteren Herstellung.

2. Beanstandungen sind nur innerhalb einer Woche nach Empfang der Ware bzw. Auslieferung an die Stadt/Gemeinde/Klinik zulässig. Versteckte Mängel, die nach der unverzüglichen Untersuchung nicht zu finden sind, dürfen nur gegen den Verlag geltend gemacht werden, wenn die Mängelrüge innerhalb von 6 Monaten, nachdem die Ware das Lieferwerk verlassen hat, bei dem Auftragnehmer eintrifft.

3. Bei berechtigten Beanstandungen ist der Verlag nach seiner Wahl unter Ausschluss anderer Ansprüche zur Nachbesserung und/oder Ersatzlieferung verpflichtet, und zwar bis zur Höhe des Auftragswertes, es sei denn, eine zugesicherte Eigenschaft fehlt oder dem Verlag oder seinem Erfüllungsgehilfen fallen Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last. Das Gleiche gilt für den Fall einer berechtigten Beanstandung der Nachbesserung

oder Ersatzlieferung. Im Falle verzögerter, unterlassener oder misslungener Nachbesserung oder Ersatzlieferung kann der Auftraggeber jedoch vom Vertrag zurücktreten. § 361 BGB bleibt unberührt. Die Haftung für Mangelgeschäden wird ausgeschlossen, es sei denn, dem Verlag oder seinem Erfüllungsgehilfen fallen Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last.

Hat der Auftrag Lohnveredelungsarbeiten oder Weiterverarbeitung von Druckerzeugnissen zum Gegenstand, so haftet der Verlag nicht für die dadurch verursachte Beeinträchtigung des zu veredelnden oder weiterzuverarbeitenden Erzeugnisses, sofern nicht der Schaden vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurde.

4. Mängel eines Teils der gelieferten Ware berechtigen nicht zur Beanstandung der gesamten Lieferung, es sei denn, dass die Teillieferung für den Auftraggeber ohne Interesse ist.

5. Bei farbigen Reproduktionen in allen Druckverfahren können geringfügige Abweichungen vom Original nicht beanstandet werden. Das Gleiche gilt für den Vergleich zwischen An-Drucken und Auflagedruck.

6. Schadenersatzansprüche bei unvollständiger oder mangelhafter Gestaltung von Auftragsaufträgen sind ausgeschlossen, sofern der Inhalt der beanstandeten Anzeige mit der ursprünglich beabsichtigten Anzeige im Wesentlichen übereinstimmt. Vereinbarungen über die Ermäßigung des Anzeigenpreises wegen unvollständiger Wiedergabe bleiben hiervon unberührt.

7. Für Abweichungen in der Beschaffenheit des eingesetzten Materials haftet der Verlag nur bis zur Höhe der eigenen Ansprüche gegen den jeweiligen Zulieferanten. In einem solchen Fall ist der Verlag von seiner Haftung befreit, wenn er seine Ansprüche gegen die Zulieferanten an den Auftraggeber abtritt. Der Verlag haftet wie ein Bürge, soweit Ansprüche gegen den Zulieferanten durch Verschulden des Verlags nicht bestehen oder solche Ansprüche nicht durchsetzbar sind.

8. Mehr- oder Minderlieferungen bis zu 10% der bestellten Auflage können nicht beanstandet werden. Berechnet wird die gelieferte Menge. Bei Lieferungen aus Papiersonderanfertigungen unter 1.000 kg erhöht sich der Prozentsatz auf 20%, unter 2.000 kg auf 15%.

9. Schadenersatzansprüche des Auftraggebers gegenüber dem Verlag wegen Nichterscheinen einer Anzeige oder eines Objektes bestehen nur insoweit, als dem Auftraggeber Kosten in Form von Vorleistungen für diesen Auftrag entstanden sind. Weitergehende Ersatzansprüche können nicht geltend gemacht werden.

### VIII. Verwahren, Versicherung

1. Vorlagen, Rohstoffe, Druckträger und andere der Wiederverwendung dienende Gegenstände sowie Halb- und Fertigerzeugnisse werden nur nach vorheriger Vereinbarung und gegen besondere Vergütung über den Auslieferungstermin hinaus verwahrt. Der Verlag haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

2. Die vorstehend bezeichneten Gegenstände werden, soweit sie vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt sind, bis zum Auslieferungstermin pfleglich behandelt. Für Beschädigungen haftet der Verlag nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

3. Sollten die vorstehend bezeichneten Gegenstände versichert werden, so hat der Auftraggeber die Versicherung selbst zu besorgen.

### IX. Urheberrecht, Eigentum

1. Der Auftraggeber haftet allein, wenn durch die Ausführung seines Auftrages Rechte, insbesondere Urheberrechte Dritter, verletzt werden. Der Auftraggeber hat den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen einer solchen Rechtsverletzung freizustellen.

2. Die vom Verlag zur Herstellung des Vertragsserzeugnisses eingesetzten Betriebsgegenstände, insbesondere Filme, Lithographien und Druckplatten bleiben, auch wenn sie gesondert berechnet werden, Eigentum des Verlages und werden nur bei Vorliegen eines gesondert abgeschlossenen Vertrages entsprechend den Vertragsleistungen ausgeliefert.

### X. Impressum

Der Auftraggeber kann auf den Vertragsserzeugnissen mit Zustimmung des Auftragnehmers in geeigneter Weise auf seine Firma hinweisen. Der Auftragnehmer kann die Zustimmung nur verweigern, wenn er hieran ein überwiegendes Interesse hat.

### XI. Erfüllungsort, Gerichtsstand, Wirksamkeit

1. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle aus dem Vertragsverhältnis entstehenden Ansprüche und Rechtsstreitigkeiten einschließlich Wechsel- und Urkundenprozesse ist der Sitz des Verlages, wenn er und der Auftraggeber Vollkaufleute im Sinne des HGB sind.

2. Durch etwaige Unwirksamkeit einer oder mehrerer Bestimmungen wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt.

**neomedia**



neomediaVerlag GmbH

Industriestraße 23 · 48653 Coesfeld  
Tel. 02546 9313-0 · Fax 02546 9313-33

[info@neomedia.de](mailto:info@neomedia.de)  
[www.neomedia.de](http://www.neomedia.de)