

bergische **WIRTSCHAFT**

IHK-Magazin für Wuppertal, Solingen und Remscheid



MEDIADATEN 2025

www.bergische-wirtschaft.net

DATEN

ERSCHEINUNGSTERMIN

am 5. Werktag des Monats

ANZEIGENSCHLUSS

15. des Vormonats

DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS

20. des Vormonats

DRUCKAUFLAGE

14.300 Exemplare

VERBREITETE AUFLAGE

14.300 Exemplare

POSTAUFLAGE*

14.000 Exemplare

VERBREITUNGSGEBIET*

Wuppertal: ca. 8.000 Exemplare

Solingen: ca. 3.500 Exemplare

Remscheid: ca. 2.800 Exemplare

* Verlagsangaben

HERAUSGEBER

Bergische Industrie- und Handelskammer

Wuppertal-Solingen-Remscheid

Heinrich-Kamp-Platz 2

42103 Wuppertal

VERLAG

wppt:kommunikation GmbH

Kinga Kolender

Treppenstraße 17-19

42115 Wuppertal

Tel. 0202 42966-13

k.kolender@wppt.de

www.wppt.de

ANZEIGENBERATUNG/-VERKAUF

wppt:kommunikation GmbH

Simone Schmidt

Tel. 0202 42966-24

Mobil: 0151 56465646

s.schmidt@wppt.de

REDAKTION

Bergische Industrie- und Handelskammer

Wuppertal-Solingen-Remscheid

Thomas Wängler

LAYOUT UND GESAMTPRODUKTION

wppt : kommunikation GmbH



DAS MAGAZIN

Die bergische Wirtschaft ist das wichtigste Sprachrohr und das einzige offizielle Magazin der IHK Wuppertal–Solingen–Remscheid. Dank einer starken Auflage von mindestens 14.300 Exemplaren erreichen wir die wichtigsten Akteure und Entscheider im Städtedreieck. Bei jedem IHK-Mitgliedsunternehmen liegt die neueste Ausgabe monatlich im Briefkasten.

Mit den Artikeln im Heft sind wir stets am Puls der Wirtschaft. Alle Themen entstehen grundsätzlich im direkten Kontakt mit den Unternehmen und den Menschen aus der Region. In der Praxis heißt das: jede Menge persönliche Kontakte und Fotos vor Ort.

Die bergische Wirtschaft bietet relevante und verlässliche Informationen für die Leserinnen und Leser aus dem Bergischen Land. In jeder Ausgabe gibt es ein Titelthema, das auf sechs bis acht Seiten ausführlich behandelt wird. Und in der Rubrik „Typisch bergisch“ teilen Menschen aus dem Städtedreieck ihre ganz persönlichen Erfahrungen mit der Region.

Besonders interessant für Anzeigenkunden: In regelmäßigen Abständen werden branchenorientierte Themen in Verlagssonderveröffentlichungen behandelt. Besser kann man die eigene Zielgruppe nicht erreichen.

Weitere Rubriken:

- Porträt (bergische Unternehmen)
- Schwerpunktthema
- Nachgefragt (Interview)
- Kulinarisches (Vorstellung / Tipp)
- Regional (u. a. ungewöhnliche Geschäftsideen)
- Know-how (u. a. konjunkturelle Entwicklung, Social-Media-Tipps)
- Grünes Städtedreieck
- News (wichtige Meldungen und Termine aus der Region)
- IHK intern



04/2024 bergischewirtschaft.de **JETZT ONLINE!**

bergische WIRTSCHAFT

18 Magazine für Regional-, Berufs- und Branchen

COACHING
 MANAGEMENT
 MARK STRATEGIE
 INVESTITIONEN
 COACH WIRTSCHAFT

ZU TISCH

04/2024 bergischewirtschaft.de **JETZT ONLINE!**

COACHING
 MANAGEMENT
 MARK STRATEGIE
 INVESTITIONEN
 COACH WIRTSCHAFT

INDIVIDUELL ÜBERZEUGEN

04/2024 bergischewirtschaft.de **JETZT ONLINE!**

COACHING
 MANAGEMENT
 MARK STRATEGIE
 INVESTITIONEN
 COACH WIRTSCHAFT

WENN MITARBEITER ÜBERNEHMEN

03/2023 bergischewirtschaft.de **JETZT ONLINE!**

bergische WIRTSCHAFT

18 Magazine für Regional-, Berufs- und Branchen

COACHING
 MANAGEMENT
 MARK STRATEGIE
 INVESTITIONEN
 COACH WIRTSCHAFT

FOLGERICHTIG

03/2023 bergischewirtschaft.de **JETZT ONLINE!**

COACHING
 MANAGEMENT
 MARK STRATEGIE
 INVESTITIONEN
 COACH WIRTSCHAFT

WENN MITARBEITER ÜBERNEHMEN

Die häufigste Schwäche der Internetaufbereitung geht auf ein wichtiges Thema der Wirtschaft. Nicht immer freies sich eine Lösung in der Familie - doch in 60% ja auch die unternehmerrnennste Möglichkeit.

03/2023 bergischewirtschaft.de **JETZT ONLINE!**

COACHING
 MANAGEMENT
 MARK STRATEGIE
 INVESTITIONEN
 COACH WIRTSCHAFT

WENN MITARBEITER ÜBERNEHMEN

01-01-2024 bergische-wirtschaft | STZT ONLINE

bergische WIRTSCHAFT

Die Region für Bergbau, Natur und Innovation

SAUBERE ZUKUNFT

BERGISCHE WIRTSCHAFT
SACHTONNEE AN DEN TAGESEN
Chefredakteur
MATTHIAS VOLLMAR
Chefin
MAMA GÖTT TANDEN

THK

TEKNOLOGIE

Nachhaltigkeitsberichte ZAHLEN GEGEN DEN KLIMAWANDEL

Seit Anfang 2024 gelten die European Sustainability Reporting Standards (ESRS) und immer mehr Unternehmen müssen Nachhaltigkeitsberichte vorlegen. Somit kann Unternehmen setzen vor großen Herausforderungen. Die Daten für die Berichte zusammenzufassen, prüfen und abliefern.

Das Unternehmen ist ein führender Hersteller von Baumaschinen und Bauteilen. Seit 2023 hat das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, der die wesentlichen Aspekte des Geschäfts darstellt. Der Bericht ist ein zentraler Bestandteil der Kommunikation mit den Stakeholdern und zeigt die Leistungsfähigkeit des Unternehmens in Bezug auf Umwelt, Soziales und Governance. Der Bericht ist ein zentraler Bestandteil der Kommunikation mit den Stakeholdern und zeigt die Leistungsfähigkeit des Unternehmens in Bezug auf Umwelt, Soziales und Governance.

Die Herausforderung bei Klimaberichten

Die Herausforderung bei Klimaberichten besteht darin, die wesentlichen Aspekte des Geschäfts darzustellen. Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen für Umwelt, Soziales und Governance. Die Herausforderung besteht darin, die wesentlichen Aspekte des Geschäfts darzustellen. Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen für Umwelt, Soziales und Governance.

bergische WIRTSCHAFT

TEKNOLOGIE

Die Region für Bergbau und Natur ist ein zentraler Bestandteil der Kommunikation mit den Stakeholdern und zeigt die Leistungsfähigkeit des Unternehmens in Bezug auf Umwelt, Soziales und Governance.

ESRS als neue Herausforderung

Die European Sustainability Reporting Standards (ESRS) sind ein zentraler Bestandteil der Kommunikation mit den Stakeholdern und zeigen die Leistungsfähigkeit des Unternehmens in Bezug auf Umwelt, Soziales und Governance.

THK

THK

01-01-2024 bergische-wirtschaft | STZT ONLINE

bergische WIRTSCHAFT

Die Region für Bergbau, Natur und Innovation

PARTNERÜBUNG

BERGISCHE WIRTSCHAFT
SACHTONNEE AN DEN TAGESEN
Chefredakteur
MATTHIAS VOLLMAR
Chefin
MAMA GÖTT TANDEN

THK

TEKNOLOGIE

Kooperation MITTELSTAND TRIFFT START-UP

Wie arbeiten altherrenreife Unternehmen mit jungen Startups zusammen? Hier stellen einige Bergleute aus der Region vor. Dabei werden große Chancen, aber auch Herausforderungen deutlich.

Die Kooperation zwischen Unternehmen und Startups ist ein zentraler Bestandteil der Kommunikation mit den Stakeholdern und zeigt die Leistungsfähigkeit des Unternehmens in Bezug auf Umwelt, Soziales und Governance.

THK

TEKNOLOGIE

Die Region für Bergbau und Natur ist ein zentraler Bestandteil der Kommunikation mit den Stakeholdern und zeigt die Leistungsfähigkeit des Unternehmens in Bezug auf Umwelt, Soziales und Governance.

Start-up mit 13 Jahren

Das Unternehmen ist ein führender Hersteller von Baumaschinen und Bauteilen. Seit 2023 hat das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, der die wesentlichen Aspekte des Geschäfts darstellt. Der Bericht ist ein zentraler Bestandteil der Kommunikation mit den Stakeholdern und zeigt die Leistungsfähigkeit des Unternehmens in Bezug auf Umwelt, Soziales und Governance.

THK

THK

VERLAGSVERÖFFENTLICHUNGEN

Gemeinsam stark aufgestellt

Die Unternehmenskultur ist die Grundlage für den Erfolg eines Unternehmens. Sie ist das verbindende Element zwischen den einzelnen Mitarbeitern und schafft ein gemeinsames Ziel und eine gemeinsame Identität. Eine starke Unternehmenskultur führt zu höherer Produktivität, besserer Mitarbeiterbindung und höherer Kundenzufriedenheit. Unternehmen, die ihre Unternehmenskultur bewusst gestalten, sind in der Lage, sich an Veränderungen anzupassen und langfristig erfolgreich zu sein.



Wichtiges Element der Unternehmenskultur ist die Kommunikation. Durch offene Kommunikation können Mitarbeiter ihre Ideen einbringen und sich gegenseitig unterstützen. Eine Kultur der Transparenz und des Vertrauens ist entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens.

Ein starkes Team ist das Fundament für den Erfolg eines Unternehmens. Durch die Zusammenarbeit der Mitarbeiter können Herausforderungen gemeistert und Ziele erreicht werden. Eine Kultur der Zusammenarbeit und des Teamwork ist daher von großer Bedeutung.

Ein starkes Team ist das Fundament für den Erfolg eines Unternehmens. Durch die Zusammenarbeit der Mitarbeiter können Herausforderungen gemeistert und Ziele erreicht werden. Eine Kultur der Zusammenarbeit und des Teamwork ist daher von großer Bedeutung.

Smart Work – Wie durch moderne Personalstrategien alle gewinnen

Smart Work ist ein moderner Ansatz der Personalstrategie, der die Flexibilität der Mitarbeiter in den Vordergrund stellt. Durch die Nutzung moderner Technologien und flexibler Arbeitszeiten können Unternehmen ihre Produktivität steigern und gleichzeitig die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter erhöhen. Smart Work ermöglicht es Unternehmen, Talente zu gewinnen und zu halten, die in der heutigen Arbeitswelt gefragt sind.

Die Vorteile von Smart Work sind vielfältig. Es ermöglicht eine bessere Work-Life-Balance, erhöht die Flexibilität und fördert die Kreativität der Mitarbeiter. Unternehmen, die Smart Work umsetzen, können ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und sich in der Konkurrenz behaupten.

Die Herausforderungen bei der Umsetzung von Smart Work sind ebenfalls vielfältig. Es erfordert eine klare Kommunikation, eine flexible Arbeitskultur und die Nutzung moderner Tools. Unternehmen müssen bereit sein, ihre Strukturen und Prozesse anzupassen, um Smart Work erfolgreich umzusetzen.



Ein starkes Team ist das Fundament für den Erfolg eines Unternehmens. Durch die Zusammenarbeit der Mitarbeiter können Herausforderungen gemeistert und Ziele erreicht werden. Eine Kultur der Zusammenarbeit und des Teamwork ist daher von großer Bedeutung.

Ihre Fachkräfte zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Die richtige Personalstrategie ist entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens. Sie ermöglicht es Unternehmen, die richtigen Fachkräfte zu gewinnen und zu halten, die zu den richtigen Zeiten am richtigen Ort sind. Eine Personalstrategie, die auf die Bedürfnisse des Unternehmens abgestimmt ist, führt zu höherer Produktivität und besserer Kundenzufriedenheit.

Die Vorteile einer Personalstrategie sind vielfältig. Sie ermöglicht eine bessere Planung der Personalbedürfnisse, eine höhere Flexibilität bei Änderungen und eine bessere Kommunikation mit den Mitarbeitern. Unternehmen, die eine Personalstrategie umsetzen, können ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und sich in der Konkurrenz behaupten.

Die Herausforderungen bei der Umsetzung einer Personalstrategie sind ebenfalls vielfältig. Es erfordert eine klare Kommunikation, eine flexible Arbeitskultur und die Nutzung moderner Tools. Unternehmen müssen bereit sein, ihre Strukturen und Prozesse anzupassen, um eine Personalstrategie erfolgreich umzusetzen.

Ein starkes Team ist das Fundament für den Erfolg eines Unternehmens. Durch die Zusammenarbeit der Mitarbeiter können Herausforderungen gemeistert und Ziele erreicht werden. Eine Kultur der Zusammenarbeit und des Teamwork ist daher von großer Bedeutung.

Unter dem Label Verlagsveröffentlichung werden auf 6 bis 12 Seiten Kernthemen der regionalen Wirtschaft behandelt. Innerhalb der monatlich wechselnden Themenschwerpunkte bieten sich für Kunden attraktive Möglichkeiten, ihr Unternehmen aufmerksamkeitsstark zu präsentieren.

Zum geschalteten Anzeigenvolumen können zusätzlich kostenfreie Textbeiträge veröffentlicht werden.

Gesundheit im Blick

Die Gesundheit der Mitarbeiter ist ein zentrales Element für den Erfolg eines Unternehmens. Unternehmen, die die Gesundheit ihrer Mitarbeiter fördern, können ihre Produktivität steigern und die Mitarbeiterbindung erhöhen. Eine gesunde Mitarbeiterkultur führt zu höherer Zufriedenheit und besserer Leistung.

Die Vorteile einer gesunden Mitarbeiterkultur sind vielfältig. Sie führt zu höherer Produktivität, besserer Mitarbeiterbindung und höherer Kundenzufriedenheit. Unternehmen, die die Gesundheit ihrer Mitarbeiter fördern, können ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und sich in der Konkurrenz behaupten.

Die Herausforderungen bei der Umsetzung einer gesunden Mitarbeiterkultur sind ebenfalls vielfältig. Es erfordert eine klare Kommunikation, eine flexible Arbeitskultur und die Nutzung moderner Tools. Unternehmen müssen bereit sein, ihre Strukturen und Prozesse anzupassen, um eine gesunde Mitarbeiterkultur erfolgreich umzusetzen.

Ein starkes Team ist das Fundament für den Erfolg eines Unternehmens. Durch die Zusammenarbeit der Mitarbeiter können Herausforderungen gemeistert und Ziele erreicht werden. Eine Kultur der Zusammenarbeit und des Teamwork ist daher von großer Bedeutung.

100% 100% Förderung zu 100% Anerkennung

Die Anerkennung der Mitarbeiter ist ein zentrales Element für den Erfolg eines Unternehmens. Unternehmen, die die Anerkennung ihrer Mitarbeiter fördern, können ihre Produktivität steigern und die Mitarbeiterbindung erhöhen. Eine Anerkennungskultur führt zu höherer Zufriedenheit und besserer Leistung.

Die Vorteile einer Anerkennungskultur sind vielfältig. Sie führt zu höherer Produktivität, besserer Mitarbeiterbindung und höherer Kundenzufriedenheit. Unternehmen, die die Anerkennung ihrer Mitarbeiter fördern, können ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und sich in der Konkurrenz behaupten.

Die Herausforderungen bei der Umsetzung einer Anerkennungskultur sind ebenfalls vielfältig. Es erfordert eine klare Kommunikation, eine flexible Arbeitskultur und die Nutzung moderner Tools. Unternehmen müssen bereit sein, ihre Strukturen und Prozesse anzupassen, um eine Anerkennungskultur erfolgreich umzusetzen.

Ein starkes Team ist das Fundament für den Erfolg eines Unternehmens. Durch die Zusammenarbeit der Mitarbeiter können Herausforderungen gemeistert und Ziele erreicht werden. Eine Kultur der Zusammenarbeit und des Teamwork ist daher von großer Bedeutung.

Ihr leistungsstarker Partner für Facility Services.

Die Suche nach einem Partner für Facility Services ist eine wichtige Entscheidung für jedes Unternehmen. Ein leistungsstarker Partner kann Ihnen helfen, Ihre Facility Services zu optimieren und Ihre Kosten zu senken. Ein Partner, der Ihre Bedürfnisse versteht und Ihnen die besten Lösungen anbietet, ist der richtige Partner für Sie.

Die Vorteile eines leistungsstarken Partners sind vielfältig. Sie führen zu höherer Produktivität, besserer Mitarbeiterbindung und höherer Kundenzufriedenheit. Unternehmen, die einen leistungsstarken Partner für Facility Services wählen, können ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern und sich in der Konkurrenz behaupten.

Die Herausforderungen bei der Auswahl eines Partners für Facility Services sind ebenfalls vielfältig. Es erfordert eine klare Kommunikation, eine flexible Arbeitskultur und die Nutzung moderner Tools. Unternehmen müssen bereit sein, ihre Strukturen und Prozesse anzupassen, um einen leistungsstarken Partner für Facility Services zu finden.

Ein starkes Team ist das Fundament für den Erfolg eines Unternehmens. Durch die Zusammenarbeit der Mitarbeiter können Herausforderungen gemeistert und Ziele erreicht werden. Eine Kultur der Zusammenarbeit und des Teamwork ist daher von großer Bedeutung.

KONTAKT
 Beratung/Buchung:
 wppt : kommunikation GmbH
 Simone Schmidt
 Tel. 0202 42966-24
 Mobil: 0151 56465646
 s.schmidt@wppt.de

VERLAGSVERÖFFENTLICHUNGEN BERGISCH POWER



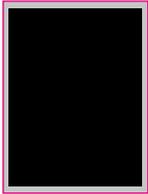
KONTAKT
Beratung/Buchung:
wpt : kommunikation GmbH
Simone Schmidt
Tel. 0202 42966-24
Mobil: 0151 56465646
s.schmidt@wpt.de

Das Advertorial-Format für starke Unternehmen. Mit der Verlagsveröffentlichung Bergisch Power bieten wir den Unternehmen aus dem Städtedreieck eine besonders interessante Plattform, um sich aufmerksamkeitsstark zu präsentieren.

Artikel statt Anzeige: Die Gestaltung der Einzel- oder Doppelseite orientiert sich am Erscheinungsbild der regulären Artikel in der Bergischen Wirtschaft. Zur Buchung einer Bergisch-Power-Sonderveröffentlichung gehören immer professionelle Fotos, die direkt vor Ort im Unternehmen von uns erstellt werden, sowie ein ausführlicher redaktioneller Text.

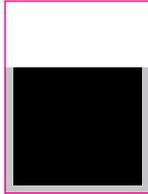
ANZEIGENFORMATE PRINT

1/1 Seite



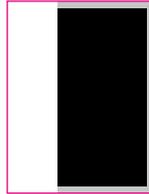
S: 185x254 mm
A: 210x297 mm

2/3 Seite quer



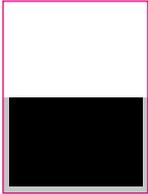
S: 185x170 mm
A: 210x196 mm

2/3 Seite hoch



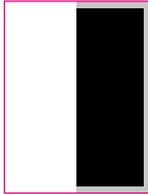
S: 122x254 mm
A: 136x297 mm

1/2 Seite quer



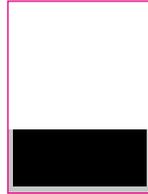
S: 185x128 mm
A: 210x148 mm

1/2 Seite hoch



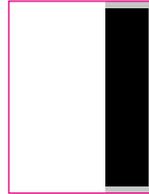
S: 90x254 mm
A: 105x297 mm

1/3 Seite quer



S: 185x85 mm
A: 210x99 mm

1/3 Seite hoch



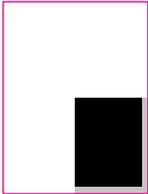
S: 59x254 mm
A: 73x297 mm

1/4 Seite quer



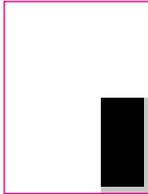
S: 185x62 mm
A: 210x75 mm

1/4 Seite Eck



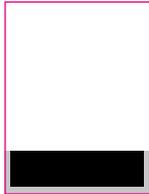
S: 90x122 mm
A: 105x148 mm

1/6 Seite Eck



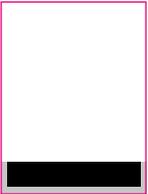
S: 59x127 mm
A: 73x148 mm

1/6 Seite quer



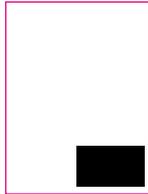
S: 185x42 mm
A: 210x50 mm

1/8 Seite quer



S: 185x30 mm
A: 210x37 mm

1/8 Seite Eck



S: 90x62 mm
A: keins

1/12 Seite Eck



S: 59x64 mm
A: keins

1/16 Seite quer



S: 90x30 mm
A: keins

Sonderformate auf Anfrage

S = Formate für Anzeigen im Satzspiegel (Breite x Höhe in mm)

A = Formate für ausgeschnittene Anzeigen (Breite x Höhe in mm zzgl. 3 mm Beschnittzugabe)

ANZEIGENPREISE

ANZEIGEN- FORMATE	ERMÄSSIGTE GRUNDPREISE (in Euro)	GRUNDPREISE (in Euro)
1/1-Seite	2.490,00	3.000,00
2/3-Seite	1.700,00	2.000,00
1/2-Seite	1.300,00	1.650,00
1/3-Seite	910,00	1.130,00
1/4-Seite	710,00	860,00
1/6-Seite	550,00	690,00
1/8-Seite	390,00	490,00
1/12-Seite	270,00	350,00
1/16-Seite	189,00	230,00
4. Umschlagseite	2.980,00	3.600,00

Vierfarbdruck:

Es fallen keine zusätzlichen Kosten für Farbzuschläge an

Ortspreis:

Für Direkt-Kunden im Bezirk der IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid bei direkter Auftragserteilung

Grundpreis:

Für Werbeagenturen und Kunden außerhalb des Bezirks der IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid

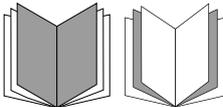
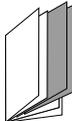
Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

ANZEIGENPREISE

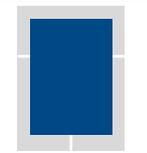
Vierfarbdruck (es fallen keine zusätzlichen Kosten für Farbzuschläge an)

ANZEIGENFORMATE	IM SATZSPIEGEL (Breite x Höhe in mm)	ERMÄSSIGTE GRUNDPREISE (in Euro)	GRUNDPREISE (in Euro)
MILLIMETERPREISE FÜR SONDERFORMATE	59-mm-Spalte	4,10	5,00

HEFTER/BEILAGEN

	ERMÄSSIGTE GRUNDPREISE (in Euro)	GRUNDPREISE (in Euro)	
MITTELHEFTER/DURCHHEFTER Preise gelten für ein Gesamtgewicht bis 25 g und maximal 8 Seiten Umfang. Verarbeitungshinweis: Beschnitt Kopf 5 mm, Rest 3 mm, Nachfalz 8 mm, Drucksache gefalzt anliefern	2.260,00	2.600,00	
BEILAGEN Preise gelten für Beilagen im Format bis maximal 206 x 295 mm, 25 g Gesamtgewicht und 8 Seiten. Postvertriebsgebühren für Beilagen ab 40 g werden zusätzlich berechnet. (Preise pro 1.000 Exemplare)	135,00	145,00	

ANZEIGEN ONLINE

ANZEIGEN-FORMATE	AUFMACHER Breite x Höhe in px	ADAPTIVE AUFMACHER Layout	ANZEIGEN-FORMATE Layout	GRUNDPREISE (in Euro)
Anzeige Inhalt 1/3 + Headline + Teaser Link zum Kunden	396 x 400 bis 376 x 248			110,00
Anzeige Inhalt 1/2 + Headline + Teaser Link zum Kunden	614 x 400 bis 376 x 248			149,00
Advertorial, variable Vorschau (1/1, 1/2 oder 1/3)	1304 x 600 bis 376 x 248			390,00
Overlay	980 x 1386			525,00

Unsere Anzeigen sind auf die Nutzung mit aktuellen Browsern optimiert, die Darstellung auf veralteten Systemen kann zu abweichenden Ergebnissen führen.

Hier geht es zur [Onlineversion](#) der Bergischen Wirtschaft.

TECHNISCHE ANGABEN

PRINT-ANZEIGEN

Format: 210 x 297 mm

Satzspiegel: 185 x 254 mm

3 Spalten zu je 59 mm

4 Spalten zu je 43 mm

Druckverfahren

Bogenoffset / AURAI A Raster

(Digitally Modulated Screening)

Dateiformat

- PDF, Version 1.4 (PDF/X-3)
- Farbraum CMYK

Anlieferung von Print-Anzeigen

- Bilddaten hochauflösend mindestens 300 dpi
- Format angelegt in Originalgröße
- Beschnittzugabe + 3 mm bei Anschnittanzeigen (ohne Beschnittzeichen)

Dateiübertragung

per E-Mail an s.schmidt@wppt.de

ONLINE-ANZEIGEN

Dateiformate

JPG, PNG, GIF, SVG, MP4

Anlieferung von Online-Anzeigen

- Auflösung 72 dpi
- Farbraum RGB
- Alle Online-Anzeigen müssen als separate Datei geliefert werden.

Service

Gerne helfen wir Ihnen bei der Adaption Ihrer Online-Anzeige. Sprechen Sie uns einfach an!

ANZEIGENBERATUNG/-VERKAUF

wppt : kommunikation GmbH

Simone Schmidt

Tel. 0202 42966-24

Mobil: 0151 56465646

s.schmidt@wppt.de

VERLAG

wppt : kommunikation GmbH

Tel. 0202 42966-0

ZUSÄTZLICHE HINWEISE

MITTELHEFTER/DURCHHEFTER UND BEILAGEN

Vor Auftragserteilung von Mittel-/Durchheftern und Beilagen müssen drei Muster an den Verlag geschickt werden. Rabatte können nicht gewährt werden. Postvertriebsgebühren für Beilagen und Mehrgewichte über 25 g auf Anfrage. Anlieferung spätestens 8 Tage vor Erscheinen an: Silber Druck oHG, Otto-Hahn-Straße 25, 34253 Lohfelden. Beilagen müssen bei Anlieferung mit einem Hinweis auf den Werbeträger, den Verlag und die Ausgabe versehen werden.

RABATTE

ab 3 Anzeigenschaltungen = 5% Rabatt

ab 5 Anzeigenschaltungen = 10% Rabatt

ab 10 Anzeigenschaltungen = 15% Rabatt

ZUSCHLAG FÜR SONDERPLATZIERUNGEN

2., 3. Umschlagseite = 15%

BANKVERBINDUNG

wppt: kommunikation GmbH, Stadtparkasse Wuppertal, IBAN: DE 12 3305 0000 0000 5786 66, SWIFT-BIC: WUPSDE33XXX, UID (VAT): DE209843526

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Zahlung nach Rechnungsempfang ohne Abzug. 2 Prozent Skonto bei Vorauszahlung und Bankeinzugsverfahren. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Ermäßigte Grundpreise (Ortspreise) gelten für alle Kunden aus dem Kammerbezirk, die den Anzeigenauftrag ohne Werbemittler erteilen. Grundpreise gelten für alle Kunden außerhalb des Kammerbezirks und für Werbeagenturen.

STORNO

Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich bis spätestens 12 Werktage vor dem vereinbarten Erscheinen der Insertion. Darüber hinaus wird der vollständige Schaltungspreis fällig. Die Stornierung bedarf der Schriftform und kann per Post oder per E-Mail erfolgen. Eine telefonische oder mündliche Stornierung ist nicht möglich.

REICHWEITENANALYSE 2023

Entscheiderinnen und Entscheider im Mittelstand

IHK Zeitschriften

4.1 Millionen Personen in der Grundgesamtheit



Bekanntheit
IHK Zeitschriften



Weitester
Lesekreis (WLK)



Lesende pro
Ausgabe (LpA)



Berufliche Wichtigkeit
„ist mittelstands-
relevant“

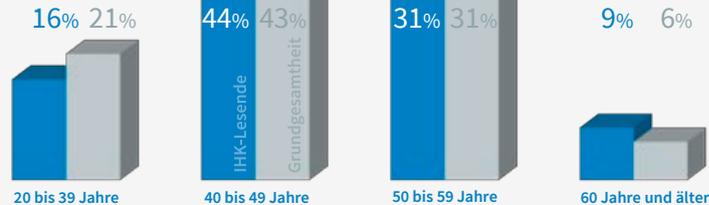
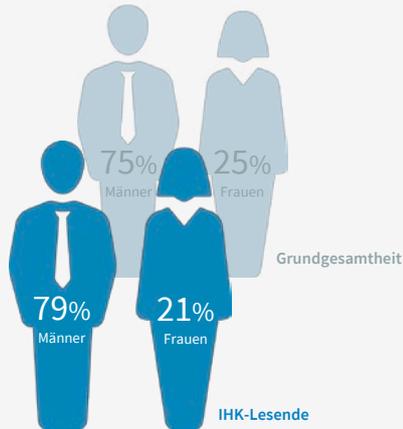


Mit 4,1 Millionen Personen in der Grundgesamtheit **erreichen die IHK-Zeitschriften 41 % bzw. 1,7 Millionen Lesende pro Ausgabe** und **91% der Lesenden sagen die IHK Zeitschriften sind mittelstandsrelevant.**

REICHWEITENANALYSE 2023

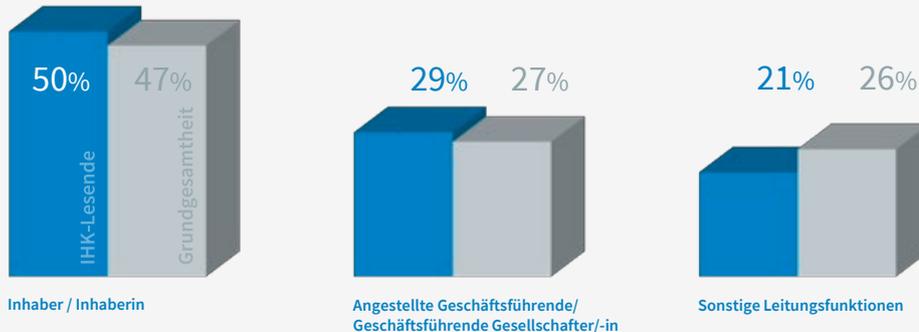
Entscheiderinnen und Entscheider im Mittelstand

Demographische Daten



REICHWEITENANALYSE 2023

Position im Unternehmen



79% bzw. 1.3 Millionen Entscheidende und Lesende der IHK-Zeitschriften in den KMUs sind Inhaber/-innen, Mitinhaber/-innen oder Geschäftsführer/-innen ihres Unternehmens.

REICHWEITENANALYSE 2023

Mit den IHK Magazinen erreichen Sie das Potential des Mittelstands

- Sie erreichen **1,7 Millionen Entscheiderinnen und Entscheider**. Das sind **41 % des Mittelstands**
- Bei **1,3 Millionen Lesenden** (79%) handelt es sich um **Inhaber/-innen oder Geschäftsführer/-innen**
- **1,2 Millionen Leserinnen und Leser** (69%) haben ein **monatliches Haushalts-Nettoeinkommen** von **mehr als 3.000 €**

Diese Klientel plant im Vergleich zum übrigen Mittelstand in überproportionalem Maße Anschaffungen für:

- **IT-Technik und Telekommunikationsprodukte** (z.B. Sicherheit, Software, PCs, Tablets)
- **Finanzdienstleistungen** (z.B. Aktien, Immobilienfonds, Wertpapiere, grüne Geldanlagen)
- **Büroausstattung und Miet-, Kauf- und Bauprojekte** (z.B. Standortplanungen)
- **Fahrzeuge** (z.B. PKW-Flotte, Nutzfahrzeuge, Elektrofahrzeuge)

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER WPPT: KOMMUNIKATION GMBH FÜR ANZEIGEN UND ANDERE WERBEMITTEL IM MAGAZIN BERGISCHE WIRTSCHAFT

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB“) regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag wppt: kommunikation und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Anzeigenaufträgen für das vom Verlag vermarktete Magazin Bergische Wirtschaft einschließlich der darauf basierenden Online-Version soweit schriftlich nicht etwas anderes vereinbart wurde. Ferner gelten diese AGB sinngemäß auch für die Aufträge von Beihelfern, Beiklebern oder technischen Sonderausführungen. Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit auf www.bergische-wirtschaft.net aufrufen, ausdrucken sowie herunterladen bzw. speichern.

1. Definitionen

1.1 „Angebot“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot der wppt: kommunikation GmbH (nachfolgend: „Verlag“) über die Schaltung und Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Zeitschriften zum Zwecke der Verbreitung. Soweit nicht ausdrücklich anders als verbindliches Angebot bezeichnet, sind Angebote des Verlages freibleibend, d. h. nicht

bindend, und stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Leistungen.

1.2 „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot eines Auftraggebers über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung. Auftraggeber kann eine Agentur oder direkt ein Werbungtreibender sein.

1.3 Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Auftraggeber gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so muss das Erscheinungsdatum der letzten Anzeige innerhalb eines Jahres nach Erscheinen der ersten Anzeige liegen (nachfolgend als „Insertionsjahr“ bezeichnet), sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich

etwas anderes vereinbart worden ist.

1.4 Der Verlag kann einen Dritten zur Durchführung der Anzeigenvermarktung beauftragen. Der Beauftragte handelt im Namen und auf Rechnung des Verlags.

2. Vertragsschluss

2.1 Bei einem Anzeigenauftrag kommt ein Vertrag, soweit nicht ausdrücklich anders individuell vereinbart, durch Abdruck der Anzeige (bei mehreren Anzeigen der ersten Anzeige) oder durch Bestätigung des Verlags in Textform zustande. Sofern ein verbindliches Angebot durch den Verlag erfolgt, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers zustande.

2.2 Soweit Agenturen Anzeigenaufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, mit der Agentur zustande. Die Agentur ist verpflichtet, dem Verlag auf Anforderung vor Vertragsschluss einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug und einen Mandatsnachweis zu kommen zu lassen.

2.3 Anzeigenaufträge von Werbe- und Mediaagenturen

werden nur für namentlich genau genannte Werbungtreibende angenommen. Die Werbung für die Produkte oder Dienstleistungen eines anderen als des bei der Buchung angegebenen Werbungtreibenden bedarf in jedem Fall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlags.

2.4 Sofern der Vermarkter Aufträge oder Abschlüsse über Dritte vermarkten lässt, handeln diese Dritten als Vertreter des Verlags und auf dessen Rechnung.

2.5 Soweit die Gewährung von AE nicht ausgeschlossen ist, wird für alle Aufträge, die über eine vom Verlag anerkannte Werbeagentur erteilt werden, eine Mittlergebühr von 15% auf das Rechnungsnetto vergütet, d. h. auf die Rechnungssumme ohne Mehrwertsteuer nach Abzug von Rabatten. Ausgenommen davon sind Setup-Gebühren, technische Kosten sowie Vergütungen für Layout- und Kreativleistungen.

2.6 Änderungen und Ergänzungen zu einem Vertrag sowie Abweichungen von diesen AGB bedürfen der Textform. Für Vertragsänderungen und -ergänzungen gilt dies auch für die Aufhebung dieser Schriftformklausel.

2.7 Bei Agenturbuchungen behält sich der Vermarkter das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Auftraggeber der Agentur weiterzuleiten.

3. Anzeigenveröffentlichung

3.1 Sollen Anzeigen nur zu bestimmten Erscheinungsterminen oder an bestimmten Plätzen der Zeitschrift veröffentlicht werden, so bedarf es hierfür einer ausdrücklichen Vereinbarung mit dem Vermarkter. Die Aufträge für diese Anzeigen müssen so rechtzeitig bei dem Vermarkter eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

3.2 Für die Veröffentlichung in der Online-Version des Magazins ist der Verlag berechtigt, die für die Print-Ausgaben vorliegenden Druckunterlagen an die jeweiligen Erfordernisse der elektronischen Ausgabe anzupassen. Die Darstellung kann dabei vom Druckergebnis in der Papier-Ausgabe abweichen.

3.3 Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen wird grundsätzlich nicht zugesagt.

4. Pflichten des Auftraggebers und Ablehnungsrecht des Verlages

4.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte, insbesondere seine Anzeigen, so ausgestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und insbesondere jugendschutz-, presse-, wettbewerbs-, datenschutz-, straf- und mediendienstrechtliche Vorschriften einhalten. Im Falle eines Verstoßes gegen Satz 1 stellt der Auftraggeber den Verlag von allen etwaigen dem Verlag daraus entstehenden Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, vollumfänglich auf erstes Anfordern frei. Eine Pflicht zur Prüfung der Werbemittel vor Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels besteht für den Verlag nicht.

4.2 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel abzulehnen, insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen

Form Rechte Dritter oder die Interessen des Verlages verletzt oder andere Werbemittel (insbesondere Beilagen, Beiheftungen etc.) aus technischen Gründen nicht dem Objekt beigelegt bzw. beigeheftet werden können. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Bei Anzeigen, die in ihrem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung der Zeitschriften entsprechen, behält sich der Verlag im Sinne seines publizistischen Auftrages ein Einspruchsrecht vor. Anzeigen, die redaktionell gestaltet sind, müssen sich eindeutig von der Grundschrift des Magazins unterscheiden. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

4.3 Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Die Werbungtreibenden sind namentlich zu benennen. Der Verlag behält sich die Erhebung eines Verbundaufschlags bzw. eine abweichende Rabattierung vor.

4.4 Ist der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels bereits abgemahnt worden bzw. wird abgemahnt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bereits abgegeben oder gibt er eine solche ab, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag hierüber unverzüglich zu informieren. Unverlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, haftet der Verlag auch nicht für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeigen (-inhalte) entstehenden Schaden.

5. Übermittlung von Druckunterlagen

5.1 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Sofern nichts anderes mit dem Vermarkter vereinbart wurde, sind die Druckunterlagen über die E-Mail-Adresse s.schmidt@wppt.de anzuliefern. Der Auftraggeber ist verpflichtet, digitale Druckunterlagen als ordnungsgemäße, insbesondere dem im Vertrag genannten Format oder den dort enthaltenen technischen Anforderungen – für die Veröffentlichung

in digitalen Ausgaben sind Vorlagen entsprechend den technischen Vorgaben des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von Online-Werbemitteln anzuliefern – entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn zur Verfügung zu stellen. Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

5.2 Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Bei schwierigen Satzarbeiten, die einen höheren als den üblichen Aufwand erfordern, behält sich der Verlag vor, diese dem tatsächlichen Aufwand entsprechend in Rechnung zu stellen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten, die von den Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik bestimmt werden. Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermit-

telten Dateien frei von Computerviren sind. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand zu entsprechen haben. Entdeckt der Vermarkter auf einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbeschriebenen Art, wird der Vermarkter von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die EDV-Anlage des Verlags) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierte Schadensquellen dem Verlag Schäden entstanden sind.

5.3 Wenn ein Auftrag nicht oder falsch durchgeführt wird, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, insbesondere Produktionsvorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig und/oder mangelhaft oder falsch gekennzeichnet abgeliefert wurden bzw. gemäß Ziff. 5.3 gelöscht wurden, hat der Verlag dennoch Anspruch

auf die vereinbarte Vergütung.

5.4 Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farbproof zu verlässlich verarbeitet werden. Ohne Farbproof sind Farbabweichungen unvermeidbar; sie lösen keinen Preisminderungsanspruch aus.

5.5 Unabhängig von den digitalen Druckunterlagen ist eine schriftliche Auftragserteilung mit Motivkennzeichnung erforderlich. Die Anlieferung der Druckunterlagen allein bedeutet keine Auftragserteilung.

5.6 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet einen Monat nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

6. Mängel

6.1 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag

hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn (a) 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 (b) diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/ Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.

6.2 Der Auftraggeber wird die Anzeige unverzüglich nach Veröffentlichung überprüfen. Soweit der Auftraggeber Kaufmann ist, müssen Mängelrügen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Verlag geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel, dann

gilt eine Frist von sechs Monaten. Soweit der Auftraggeber Verbraucher ist, müssen Reklamationen bei offensichtlichen Mängeln binnen zwei Wochen, bei nicht offensichtlichen Mängeln binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

6.3 Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung, nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: (a) Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung gegenüber Unternehmern auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlags verursacht wurde. (b) Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn.

6.4 Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten beruhen oder es sich um eine Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit handelt; in solchen Fällen richtet sich die Verjährungsfrist nach den gesetzlichen Vorschriften.

6.5 Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag unbegrenzt nach den gesetzlichen Vorschriften.

7. Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

8. Zahlungen

8.1 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Rechnung ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich etwas anderes vereinbart ist. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem An-

lass, wie z. B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zum Anzeigenschluss zu verlangen.

8.2 Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche des Verlags nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufrechnen. Sofern der Auftraggeber Unternehmer ist, ist er zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

8.3 Bei Zahlungsverzug werden zusätzlich zu den gesetzlichen Verzugszinsen angemessene Mahngebühren erhoben. Der Verlag kann darüber hinaus die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages oder Abchlusses bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

8.4 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Vertrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge ab-

hängig zu machen.

8.5 Beanstandungen jeglicher Art die Rechnung betreffend sind unverzüglich, spätestens jedoch binnen 2 Wochen in schriftlicher oder fernschriftlicher Art anzuzeigen. Geschieht dies nicht, verfällt ein etwaiger Anspruch auf Rechnungskontierung.

9. Anzeigenbeleg

Der Verlag liefert auf Wunsch einen Beleg für Anzeigen und andere Werbemittel; der Verlag behält sich vor, hierfür eine gesonderte Vergütung zu verlangen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

10. Preislisten

10.1 Preise verstehen sich stets zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Umsatzsteuer; das gilt insbesondere für in Werbeaufträgen und Preislisten genannte Preise.

10.2 Der Verlag ist berechtigt, die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Preisänderungen für Anzeigenverträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden; in

diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Das Rücktrittsrecht gilt nicht für im Dauerschuldverhältnis abzuwickelnde Aufträge. Hier treten Änderungen der Preisliste sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.

11. Rechteübertragung

11.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen Rechte Dritter nicht verletzen. Er erklärt, Inhaber sämtlicher für die Schaltung und Veröffentlichung der von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte und hierüber verfügungsberechtigt zu sein. Im Falle der Anzeigenerstellung durch den Verlag erklärt der Auftraggeber zudem, alle zur Erstellung der Anzeige erforderlichen Rechte zu besitzen. Er stellt den Verlag insofern von allen Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei. Dies umfasst auch die Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den

Verlag mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

11.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag an den von ihm zur Verfügung gestellten Druckunterlagen die für die Erstellung und die Veröffentlichung der Werbung in Print-, Online- und Telemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen nichtausschließlichen Urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Der Verlag erhält zudem zeitlich unbegrenzt das Recht zur Eigenwerbung des Verlags bzw. der jeweiligen Objekte. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragbar.

11.3 Etwaige den Angeboten des Verlags zugrundeliegende Konzepte und Bestandteile sind Urheber- und wettbewerbsrechtlich geschützt und vom Auftraggeber vertraulich zu be-

handeln. Diese Konzepte dürfen insbesondere weder in dieser noch in abgewandelter Form an Dritte weitergegeben noch von dem Auftraggeber außerhalb des Vertragsumfangs für eigene Zwecke genutzt werden.

11.4 Wird im Zusammenhang mit der Anzeige eine Grafik oder in sonstiger Art und Weise der Name, das Logo, das Unternehmenskennzeichen, die Marke, ein Werktitel oder eine sonstige geschäftliche Bezeichnung verwendet, so gewährt der Auftraggeber dem Verlag für die Dauer des Vertrages das nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht zur Nutzung der Grafik oder der entsprechenden Zeichen in der jeweiligen Anzeige.

11.5 Vom Verlag für den Auftraggeber gestaltete Anzeigenmotive (Promotions) dürfen nur für Anzeigen in den dafür bei dem Verlag gebuchten Titeln/Ausgaben verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

12. Laufzeit

12.1 Der Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit.

12.2 Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund nach vorheriger Abmahnung bleibt hiervon un-

berührt. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen. Ein Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund liegt insbesondere vor, wenn eine der Parteien trotz einer schriftlichen Abmahnung wiederholt eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine fortdauernde Vertragsverletzung innerhalb angemessener Frist nicht abstellt oder deren Folgen nicht beseitigt, gegen eine und/oder beide Parteien und/oder gegen die vom Verlag vermarktete Zeitschrift infolge einer vertragsgegenständlichen Leistung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde oder für den Verlag der begründete Verdacht besteht, dass der Auftraggeber oder die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte gegen geltende rechtliche Bestimmungen, insbesondere des Strafgesetzbuches oder die geltenden Werberichtlinien, verstößt bzw. verstoßen hat; ein begründeter Verdacht besteht, sobald dem Verlag auf Tatsachen gestützte Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen rechtliche Bestimmungen vorliegen, insbesondere ab der Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen den Verlag, den Auftraggeber und/ oder gegen die vom Verlag vermarkteten

Zeitschriften bzw. ab der Aufforderung zu einer Stellungnahme durch die zuständigen Stellen. Ein Grund zur fristlosen Kündigung ist auch gegeben, wenn über das Vermögen eines Vertragspartners ein Insolvenzverfahren eröffnet oder mangels Masse nicht eröffnet bzw. ein diesbezüglicher Antrag gestellt wird und der betroffene Vertragspartner trotz entsprechender Aufforderung die offenbare Unbegründetheit des Antrags nicht binnen einer angemessenen Frist nachweist. Ein Grund zur fristlosen Kündigung besteht darüber hinaus, wenn gegen eine der Vertragsparteien Vollstreckungsmaßnahmen ausgedrückt und nicht innerhalb von einem Monat aufgehoben wurden.

13. Störungen des Vertragsverhältnisses bei höherer Gewalt

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlag als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle

Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Vermarktungsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Auslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag.

14. Einschaltung Dritter

Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Anzeigenauftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Vermarkters. Der Verlag ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Anzeigenauftrag Dritter zu bedienen.

15. Vertraulichkeit und Presse

15.1 Soweit nicht schriftlich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien Einzelheiten des Vertragsverhältnisses, ins-

besondere die Preise und Konditionen, sowie über Geschäftsgeheimnisse, von denen sie im Rahmen der Vertragsdurchführung unmittelbar oder mittelbar durch die jeweils andere Partei Kenntnis erlangen, streng vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Der Vermarkter ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Anzeigenauftrags den gemäß Ziffer 16 eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen. Die Verpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über eine Beendigung hinaus.

15.3 Presseerklärungen sowie sonstige öffentliche Verlautbarungen gegenüber Dritten über die Geschäftsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber oder bezüglich der Details getroffener Vereinbarungen bedürfen der vorherigen Freigabe des Verlags. Dies gilt ebenso für Logoveröffentlichungen für vom Verlag gelieferte Logos.

16. Schlussbestimmungen

16.1 Etwaige zusätzliche in der Preisliste enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

16.2 Soweit nach diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen Schriftform erforderlich ist, wird diese durch die Textform gewahrt.

16.3 Änderungen der AGB werden dem Auftraggeber schriftlich mitgeteilt. Sie gelten als vom Auftraggeber genehmigt, sofern dieser nicht binnen eines Monats ab Mitteilung schriftlich widerspricht.

16.4 Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder der Verlag die Leistungen widerspruchlos erbringt, d.h. Werbemittel widerspruchlos geschaltet und veröffentlicht werden.

16.5 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Bei Nichtkauf-

leuten bestimmt sich der Gerichtsstand nach den gesetzlichen Vorschriften. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

16.6 Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages einschließlich dieser Regelungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder sollte der Vertrag eine Lücke enthalten, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen oder Teile solcher Bestimmungen unberührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, anstelle einer unwirksamen Bestimmung eine gültige Vereinbarung zu treffen, deren wirtschaftlicher Erfolg dem der unwirksamen so weit wie möglich nahekommt.

Titelfoto: Süleyman Kayaalp

HERAUSGEBER

Bergische Industrie- und Handelskammer
Wuppertal-Solingen-Remscheid
Heinrich-Kamp-Platz 2
42103 Wuppertal
www.bergische-wirtschaft.net

VERANTWORTLICH

wppt:kommunikation GmbH
Treppenstr. 17-19
42115 Wuppertal
www.wppt.de