MUH

MEDIADATEN 2023

MUH

MEDIADATEN

GEPLANTE THEMEN FÜR MUH 48 *(Frühling 2023)*
Pam Pam Ida: Hausbesuch bei der Band aus Sandersdorf + Was pflegt der Heimatpfleger? + Landwirte unter Druck + Die Bajuwaren und ihre Zeit + Kulinarische Reise in die Oberpfalz.

GEPLANTE THEMEN FÜR MUH 49 *(Sommer 2023)*
Die Achse Immenstadt-New York: Der Sänger Klaus Nomi + Wie grün sind die Grünen? Interview mit Claudia Roth + Die Rückkehr des Brachvogels + Das neue Album von dicht & ergreifend

GEPLANTE THEMEN FÜR MUH 50 *(Herbst 2023)*
We love Maxl Graf: Portrait zum 90. Geburtstag + Karl Stankiewitz: 8 Jahrzehnte Journalismus + 23 Jahre Soziokultur in Selbstverwaltung: Die Geschichte des Nürnberger KOMM + Pilze im Farbenrausch

GEPLANTE THEMEN FÜR MUH 51 *(Winter 2023/24)*
Wintersport im Klimawandel: Das Ende der Piste + Der Kerzenzieher am Münchner Dom + 50 Jahre Denkmalschutzgesetz + Rolling Schorsch: Portrait des legendären Radiomoderators Georg Kostya

TITELPORTRAIT

MUH, das Magazin für „bayerische Aspekte“, ist die Zeitschrift für alle, die sich für Bayern interessieren – ein General-Interest-Magazin für den Freistaat, das sich jenseits von Tümelei und Landlieblichkeit mit bayerischen Themen im weitesten Sinn beschäftigt: Kultur, Musik, Sprache, Menschen, Natur, Geschichte, Gesellschaft, Gaudi und Politik, bayerisches Wesen und Unwesen. Auf liebevolle, witzige, interessierte, aber auch kritische Weise, mit eigenem Kopf und eigenem visuellem Stil. **MUH** wurde gegründet von Nicole Kling (Anzeigen, Marketing und Vertrieb der MUH), Stefan Dettl (Musikant; LaBrassBanda) und Josef Winkler (Journalist; MUH-Redakteur) und erscheint seit dem Frühjahr 2011 vierteljährlich bundesweit.

MUH hat eine stetig wachsende Fangemeinde – mit engagierten und begeisterten Leser/innen und inzwischen 4.500 Abonnements! **MUH** wird in der Familie und unter Freunden weitergereicht, was pro Exemplar drei bis vier weitere Kontakte ausmacht.

MUH wird in Bayern über das Pressegrosso bei mehr als 1.000 Einzelhändlern vertrieben und ist deutschlandweit im Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel erhältlich. Allein der Hauptbahnhof München ordert pro Ausgabe mehr als 1.000 Exemplare! **MUH** ist in vielen Verkaufsstellen prominent ausgelegt, vom Schaufenster bis zum Neuheitenstapel.

Die **MUH** wurde mit dem Kress Award in der Kategorie „Bestes Heft-/Blattkonzept“ ausgezeichnet (2011), 2012 gewann **MUH** die Silbermedaille der Lead Awards in der Kategorie „Newcomer-Magazin des Jahres“. 2012 wurde **MUH** für „herausragende Leistung junger Unternehmen“ mit dem Bayerische Printmendienpreis ausgezeichnet.

STIMMEN ZUR MUH

„Es geht um Bayern. In jeder denkbaren und undenkbaren Form.“
(Süddeutsche Zeitung)

„Unterhaltsam, lehrreich und vor allem mit viel Liebe zum Detail gemacht. (...) Ein Heft mit Charakter. **(taz)**

„Interessante Reportagen, a super Format und a guads Papier
Und des alle drei Monat – des MUH-Heft kaaf i mir!“ **(Michael Well)**

„Die MUH hat einen ganz speziellen Blick auf Bayern, einen sehr menschenfreundlichen. Und eigentlich immer den richtigen Geschmack.“
(Hannes Ringlstetter)

„Die Aufmachung ist opulent, mit auffälligen Illustrationen und übergroßem Format, das auf dem Kiosktisch hervorsticht.“ **(Süddeutsche Zeitung)**

„Ich brauch´ die MUH, damit ich sicher weiß, dass ich nix versäume, was in Bayern los ist.“ **(Luise Kinseher)**

kress awards 2011 GEWINNER

LEADAWARDS 2012 ZEITSCHRIFTEN / ANZEIGEN / FOTOGRAFIE / ONLINE

BAYERISCHER PRINTMEDIENPREIS 2012
Das Magazin MUH-Bayerische Aspekte der MUH GmbH wurde ausgezeichnet mit dem Bayerischen Printmedienpreis für herausragende Leistungen junger Unternehmen

www.muh.bayern
facebook.com/MUHmagazin
instagram.com/MUHmagazin/

MUH

MEDIADATEN

VERLAGSANGABEN

Herausgeber	MUH GmbH; Stefan Dettl, Nicole Kling, Jacob Radloff, Josef Winkler Geschäftsführung: Katrin Schießl Amtsgericht Traunstein HRB 20353 USt-IdNR.: DE274381637
Anschrift	MUH GmbH Johann-Kagermeier-Straße 12 83358 Seebruck Tel: 0 86 67 / 21 68 111
Abovertrieb	oekom verlag Gesellschaft für ökologische Kommunikation mbH Waltherstraße 29 80337 München www.oekom.de oekom-abo@verlegerdienst.de
Internet	www.muh.bayern info@muh.bayern
Zahlung	Zahlung sofort und ohne Abzug nach Erhalt der Rechnung; Zahlungsmöglichkeit siehe rechts
Erscheinungsweise:	vierteljährlich
Vertrieb	DMV
Heftformat	230 mm x 320 mm
Druckverfahren	Umschlag Offsetdruck Inhalt Offsetdruck
Auflage	13.000 Exemplare
Verkaufspreis	9,80 Euro
Anzeigenverkauf	*Kunst und Kultur, Verlage und Veranstalter:* Nicole Kling Tel: 08667 / 21 68 111 nicole.kling@muh.bayern *Essen und Trinken, Wohnen und Reisen:* Verlagsbüro Andreas Hey Tel.: 06785 / 94 100 andreas.hey@muh.bayern

ANZEIGENFORMATE UND -PREISE*

1/1 Seite 4c	Anschnitt**	230 mm Breite x 320 mm Höhe	3.300 €
1/1 Seite 4c	Satzspiegel	198 mm Breite x 292 mm Höhe	3.300 €
1/2 Seite 4c hoch	Anschnitt**	111 mm Breite x 320 mm Höhe	1.850 €
1/2 Seite 4c hoch	Satzspiegel	97 mm Breite x 292 mm Höhe	1.850 €
1/2 Seite 4c quer	Anschnitt*	230 mm Breite x160 mm Höhe	1.850 €
1/2 Seite 4c quer	Satzspiegel	198 mm Breite x 146 mm Höhe	1.850 €
1/3 Seite 4c hoch	Anschnitt**	77 mm Breite x 320 mm Höhe	1.500 €
1/3 Seite 4c hoch	Satzspiegel	63 mm Breite x 292 mm Höhe	1.500 €
1/3 Seite 4c quer	Anschnitt**	230 mm Breite x 106 mm Höhe	1.500 €
1/3 Seite 4c quer	Satzspiegel	198 mm Breite x 97 mm Höhe	1.500 €
1/4 Seite 4c	Anschnitt**	111 mm Breite x 160 mm Höhe	1.050 €
1/4 Seite 4c	Satzspiegel	97 mm Breite x 146 mm Höhe	1.050 €
2/1 Seite 4c	Anschnitt**	460 mm Breite x 320 mm Höhe	6.300 €
2/1 Seite 4c	Satzspiegel	432 mm Breite x 292 mm Höhe	6.300 €
U2 4c	Anschnitt**	230 mm Breite x 320 mm Höhe	3.700 €
U3 4c	Anschnitt**	230 mm Breite x 320 mm Höhe	3.500 €
U4 4c	Anschnitt**	230 mm Breite x 320 mm Höhe	3.900 €

Beilagen: 100 € pro 1000 bis 20 g für jede weitere 10 g plus 10 €

* Alle Preise in Euro zuzüglich jeweils gültiger Mehrwertsteuer
** Beschnittzugabe an allen Seiten 3 mm

Die Datenanlieferung erfolgt bis Druckunterlagenschlussschluss (siehe TERMINE) via E-Mail oder auf CD-Rom/DVD in Form von **PDF-X3-Dateien (CMYK – keine Sonderfarben)** in Druckauflösung. Die **Schriften** müssen im PDF eingebettet sein, während die **Bildauflösung mind. 300 dpi** betragen muß (bmp-Dateien mind. 600 dpi). Um einen einwandfreien Druck gewährleisten zu können, müssen die Anzeigen fristgerecht und mit einem farbverbindlichen **Proof (bitte Farbprofil PSO Uncoated ISO12647 (ECI) verwenden)** bei der MUH GmbH eintreffen (Posteingang maßgebend).

RABATTE

	Malstaffel		Mengenstaffel
bei 2 Anzeigen	3%	bei 2 Seiten	5%
bei 3 Anzeigen	5%	bei 3 Seiten	10%
bei 4 Anzeigen	10%	bei 4 Seiten	15%

Alle Angaben nach dem aktuellen Stand Januar 2023. Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

ZAHLUNGSMÖGLICHKEIT

MUH GmbH
Sparkasse Traunstein-Trostberg
BLZ 710 520 50
IBAN: DE 43 7105 2050 0040 1593 60
BIC: BYLADEM1TST

Allgemeine Geschäftsbedingungen: Alle Anzeigenaufträge werden ausschließlich gemäß der AGB des Verlags ausgeführt. Diese finden Sie im Internet unter www.muh.bayern/kontakt-und-daten. Datenschutz ist uns wichtig! Unsere Datenschutzrichtlinie und Informationen zu unserem Umgang mit Ihren Daten finden Sie unter www.oekom.de/Datenschutz.

TERMINE

Ausgabe	Erstverkaufstag	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
48/2023	24.03.2023	01.03.2023	06.03.2023
49/2023	16.06.2023	17.05.2023	22.05.2023
50/2023	08.09.2023	26.07.2023	31.07.2023
51/2023	01.12.2023	08.11.2023	13.11.2023

MUH

A G B

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen und sonstige Werbeformen in der Publikation MUH

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Anzeigenaufträge, die beim oekom verlag für die Zeitschrift MUH in Auftrag gegeben werden. Mit Erteilung des Auftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die jeweils gültigen Preise des Verlags als verbindlich an.

1. Anzeigenauftrag im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ist der Vertrag über Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen (Beikleber, Beihefter, Warenmuster, etc.) oder technischer Sonderausführungen unter Beachtung der von dem Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande kommen. Aufträge über Beilagen oder technische Sonderformen werden grundsätzlich vom Verlag erst nach Vorlage eines Musters angenommen. Aufträge können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden.

2. Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage des Anzeigenauftrags eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstiges Werbemittel (inkl. Online-Werbeformen) zu veröffentlichen. Der Auftraggeber sendet dazu die für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen rechtzeitig vor Anzeigenschluss an den Verlag.

3. Abruf eines Auftrags: Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluß abzurufen. Ist vertraglich das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird. Der Auftraggeber ist berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Satz 1 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen abzurufen. Wurden keine gesonderten Konditionen vereinbart gilt die Preisliste.

4. Haftung für die Inhalte der Anzeige: Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbeform sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Unterlagen oder sonstigen Elemente.

5. Ablehnung von Aufträgen: Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder 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 Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Eine Ablehnung ist darüber hinaus möglich, wenn die Gestaltung der Anzeige nicht den ästhetischen oder qualitativen Anforderungen des Verlages entspricht. In diesem Fall wird der Verlag dem Auftraggeber anbieten, die Anzeige gegen Aufpreis umzugestalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt.

6. Kündigung von Aufträgen: Anzeigenaufträge können grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Die Kündigung kann nur schriftlich, auch per Telefax und E-Mail erfolgen. Bereits im Voraus gezahltes Entgelt wird erstattet. Im Übrigen findet Ziffer 15 dieser Bestimmungen Anwendung. Hinsichtlich eines einzelnen Abrufs oder eines Einzelauftrags für Gelegenheitsanzeigen kann die Stornierung innerhalb eines Zeitraums von bis zu 21 Werktagen vor Anzeigenschluss kostenfrei erfolgen.

7. Anzeigenschluss: Die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.

8. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder Internet-Seite veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.

9. Druckunterlagen: Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Gefahrübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Werden Druckvorlagen digital, also durch Datenträger (z.B. Diskette, CDROM, Cartridges) oder durch Fernübertragung (z.B. ISDN, eMail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

Dateiformat: Anzeigenvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien (z.B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden.

Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Anderenfalls bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen beim Anzeigendruck. Zusammengehörende Dateien sind vom Kunden in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.

Computerviren: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-ROM mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 EUR an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück gesendet.

10. Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigenhöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.

12. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Originalbelege werden nur gegen Berechnung geliefert.

13. Errechnung Abnahmemenge: Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

14. Satzkosten: Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.

15. Rabatte/Nachlässe: Rabatte aus der Mengen- und Malstaffel werden kumulativ auf die Anzeigenpreise angerechnet. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

16. Preisänderungen: Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufenden Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs in Kraft.

17. Abweichende Preise: Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven, sowie für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.

18. Auflagenminderung: Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen kein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden. Eine bestimmte Auflagenzahl kann nicht garantiert werden.

19. Anzeigenrechnungen sind, falls keine Vorauszahlung vereinbart ist, innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.

20. Gewährleistung: Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler, das heißt, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe den Zweck der Anzeige nicht wesentlich beeinträchtigt. Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

21. Haftung: Der Verlag haftet für Schäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, einschließlich unerlaubter Handlung nur, soweit sie durch schuldhafte Verletzung vertragswesentlicher Pflichten (sog. Kardinalpflichten) durch den Verlag in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz seitens des Verlages zurückzuführen sind. Haftet der Verlag für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung des Verlages auf den vertragstypischen Schaden beschränkt, mit dessen Entstehen der Verlag bei Auftragserteilung aufgrund der ihm zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände rechnen musste. Haftet der Verlag für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Geschäftsführer oder leitende Angestellte des Verlages sind, ist die Haftung des Verlages ebenfalls auf den vorgenannten Höchstbetrag begrenzt. Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden, entgangenen Gewinn oder den Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Geschäftsführern oder leitenden Angestellten des Verlages zurückzuführen sind. Der vorstehende Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gilt auch für Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlages. Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen.

22. Werbeagenturen und Werbungsmittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

23. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, soweit eine Vereinbarung diesbezüglich gesetzlich zulässig ist.

24. Anwendbares Recht: Es gilt deutsches Recht.