




# THEMENÜBERSICHT 2012

Stand: **08.06.2012**

Updates auf [www.gak.de](http://www.gak.de)

Seit 1948 liefert **GAK Gummi Fasern Kunststoffe** Informationen für die Kautschuk und Kunststoff produzierenden und verarbeitenden Industrien. Anwendungsorientierte und wissenschaftliche Beiträge beleuchten Neuentwicklungen bei den Rohstoffen, Verarbeitungstechnologien, Mess- und Prüfverfahren, Maschinen- und Gerätebau, Organisation und Qualitätssicherung. Aktuelle wirtschaftliche Entwicklungen der Branche sowie Konferenz- und Messeberichterstattungen ergänzen das umfangreiche Informationsangebot.

 <b>GAK 1 Januar</b>	<b>GAK 2 Februar</b>	<b>GAK 3 März</b>	<b>GAK 4 April</b>	<b>GAK 5 Mai</b>	<b>GAK 6 Juni</b>	
<b>Themen</b>	Marktberichte Kautschukrohstoffe, "Bio"-Rohstoffe	Reifen, Automobil, Faserver- bunde/Leichtbau	Silicone - Rohstoffe & Verarbeitung, Medizintechnik	Mess- und Steuerungstechnik	Nanocomposites, Additive, Flammschutz, Füllstoffe	DKT Special, Kautschukverarbeitung, Mischtechnik, Maschinen
<b>AS*</b>	20. Dezember	20. Januar	20. Februar	20. März	20. April	20. Mai
<b>ET*</b>	10. Januar	10. Februar	10. März	11. April	10. Mai	10. Juni
<b>Veranstaltungen</b>	08.–09. Februar 12. CAR-Symposium Bochum	14.–16. Februar Tire Technology Expo Köln	21.–22. März Kunststoffe im Auto- mobilbau, Mannheim	23.–27. April Hannover Messe Hannover	29. April–01. Juni Plastpol Kielce, Polen	<b>Stand</b> 02.–05. Juli DKT Nürnberg
		07.–08. März 26. IKV-Kolloquium Aachen	27.–28. März Silikonelastomere, SKZ Würzburg	08.–11. Mai 26. Control Stuttgart	05.–08. Juni Reifen Essen	
		13.–15. März MedTec Europe Stuttgart	27.–28. März Silicone Elastomers Rapra, Berlin	08.–09. Mai Blowing Agents Rapra, Berlin		
			27.–29. März JEC Europe Paris, Frankreich	08.–12. Mai Plast Mailand, Italien		
			<b>Stand</b> 01.–05. April NPE Orlando, USA			

 <b>GAK 7 Juli</b>	<b>GAK 8 August</b>	<b>GAK 9 September</b>	<b>GAK 10 Oktober</b>	<b>GAK 11 November</b>	<b>GAK 12 Dezember</b>	
<b>Themen</b>	Gummi/Metall- verbindungen, Haftmittel	Füllstoffe	Mischrohstoffe, Faserverbunde	Fakuma Special, 2K-Verbunde	Spezielle Gummiartikel, WPC	Recycling, Helle Füllstoffe
<b>AS*</b>	20. Juni	20. Juli	20. August	20. September	20. Oktober	20. November
<b>ET*</b>	10. Juli	10. August	10. September	10. Oktober	10. November	10. Dezember
<b>Veranstaltungen</b>			09.–11. Oktober Composites Europe Düsseldorf	08.–11. Oktober 6. Bondexpo Stuttgart	<b>Stand</b> 14.–16. November RubberTech Shanghai, China	
				16.–20. Oktober Fakuma Friedrichshafen	14.–17. November Medica Düsseldorf	
					27.–30. November Euromold Frankfurt	

■ Bei diesen Veranstaltungen liegt GAK aus

\* AS = Anzeigenschluss; ET = Erscheinungstermin

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbemittel

## § 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.

2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage eines Modells angenommen.

## § 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax oder per E-Mail aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.

2. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste.

3. Der Verlag ist berechtigt, Auftragsaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtab schlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag hat die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte zu erklären.

## § 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach der zurzeit gültigen Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge.

2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen gewährt (Anzeigenjahr). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht anders vereinbart.

3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grundauftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zuviel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Der Rechnungsbetrag ist ohne Abzug innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum zur Zahlung fällig. Bei Vorauskasse oder Einräumung einer Einzugsvollmacht gewährt der Verlag dem Auftraggeber ein Skonto in Höhe von 3 % des Rechnungsbetrags. Bei Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum wird ein Skonto von 2 % gewährt.

5. Zahlungen müssen kosten- und spesenfrei auf die in der Rechnung angegebenen Bankkonten des Verlages geleistet werden.

6. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Anzeigenrechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.

7. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.

8. Bei Auftragsaufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.

9. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 % unterschritten wird.

## § 4 Vertragsabwicklung

1. Auftragsaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.

2. Für die rechtzeitig Lieferung fehlerfreier Druckvorlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckvorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckvorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Monate nach Ablauf des Auftrages.

3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an den Verlag zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

5. Komplette Belegexemplare liefert der Verlag auf Anfrage nur ab viertelseitigen Anzeigen.

6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textzeilenanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.

7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag jedoch nicht.

8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

9. Auftragsaufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber

die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

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

11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Auftragsaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbetreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbetreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

## § 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.

2. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier. Voraussetzung ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Angaben in Preisliste).

3. Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

4. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsverminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB und der Preisliste nicht beachtet.

5. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

6. Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.

7. Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.

8. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Beikleber, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

## § 6 Haftung

1. Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalspflicht). Die Schadensersatzpflicht ist - abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit - auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlages nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

2. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskampfmassnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

## § 7 Speicherung von Kundendaten

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

## § 8 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Eine unwirksame Bestimmung wird vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragsparteien mit der unwirksamen Bestimmung verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.

2. Änderungen der Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB und die Abbedingung des Schrift-/Textformerfordernisses bedürfen der Schrift-/Textform.

3. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist Ratingen. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlichrechtliche Sondervermögen ist Ratingen.

Stand: September 2010