



2020

MEDIADATEN

Titelporträt	2
Auflage, Format, Druck, Empfänger-Analyse	3
Formate	4
Anzeigenpreisliste	5
Sonderwerbformen	6
Termin- und Themenplan	9
Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel	10
Branchenguide, Stellenmarkt	10
Onlinewerbung, www.packaging-journal.de	11/12
Onlinewerbung, www.pack-finder.de	13
Newsletter	14
Allgemeine Geschäftsbedingungen	16

www.packaging-journal.de

www.pack-finder.de

 facebook.com/packagingjournal

 twitter.com/packagingj

Kurzcharakteristik: **packaging journal** ist eine der führenden Fachzeitschriften der Verpackungsbranche. Als integratives Informationsmedium für Entscheider berichtet es unabhängig und kompakt und erscheint als einziges Verpackungsmagazin zweisprachig (deutsch/englisch). Dank seiner vorwiegend anwenderspezifischen Berichterstattung dient es den Lesern als Orientierungshilfe in einem permanent expandierenden Marktsegment. Hier kommen die Macher der Branche selbst zu Wort. Die Redaktion greift Innovationen aus allen Bereichen der vielseitigen Verpackungslösungen auf.

Erscheinungsweise: 9 x im Jahr

Jahrgang: 19. Jahrgang 2020

Web-Adresse: www.packaging-journal.de

Mitgliedschaften: IVW

Herausgeberin: Elke Latuperisa

Verlag: ella Verlag und Medien GmbH
Hausanschrift: Emil-Hoffmann-Straße 55-59 • 50996 Köln
Telefon/Telefax: +49 (0)22 36 - 84 88 0 / +49 (0)22 36 - 84 88 24
Internet/E-Mail: www.ella-verlag.com / info@ella-verlag.com

Redaktion: Elke Latuperisa - Telefon: +49 (0)22 36 - 84 88 11
el@ella-verlag.com
Brigitte Bähr - Telefon: +49 (0)22 36 - 84 88 28
bb@ella-verlag.com
Ulrich Klose - Telefon: +49 (0)22 36 - 84 88 26
uklose@packaging-journal.de

Anzeigen: Margot Cremer - Telefon: +49 (0)22 36 - 84 88 29
mcremer@ella-verlag.com
Susanne Julia Gorny - Telefon: +49 (0)22 36 - 84 88 17
sg@ella-verlag.com
Andrea Vogel - Telefon: +49 (0)22 36 - 84 88 22
av@ella-verlag.com

Auslandsvertretung: Annette Denys
Phone: +33 (0)320 98 17 10 - Mobile +33 (0)611 73 75 24
ad@ella-verlag.com

Marketing/Vertrieb:

Margot Cremer - Telefon: +49 (0)22 36 - 84 88 29
mcremer@ella-verlag.com

Bezugspreis:

jeweils zzgl. Versandkosten

Jahresabonnement:	Inland	80,00 Euro (inkl. MwSt.)
Studenten/Schüler:		40,00 Euro (inkl. MwSt.)
Einzelverkaufspreis:		12,50 Euro (inkl. MwSt.)
Jahresabonnement:	Ausland	108,00 Euro (ohne MwSt.)

ISSN: 1610-0336

Umfang-Analyse: 2018 9 Ausgaben

Gesamtumfang: 590 Seiten 100,0 %

Redaktioneller Teil: 452 Seiten 76,70 %

Anzeigenteil:	138	Seiten	23,30 %
davon:			
Einhefter:	4	Seiten	2,89 %
Verlagseigene Anzeigen:	16	Seiten	11,59 %
Beilagen:	2		

Inhalts-Analyse Redaktion: 2018 452 Seiten

nach Themenbereichen:			
Verpackungstechnik, -maschinen	135	Seiten	29,87 %
Packstoffe, Packmittel	64	Seiten	14,16 %
Etikettieren, Kennzeichnen	28	Seiten	6,19 %
Verpackungsdruck, -veredelung	22	Seiten	4,87 %
Marketing	30	Seiten	6,64 %
Aus den Unternehmen	82	Seiten	18,14 %
Messen	80	Seiten	17,70 %
Sonstige	10	Seiten	2,43 %

452 Seiten 100,0 %

Auflage

Auflagenkontrolle



Auflage*:

Druckauflage: 13.438 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage: 13.398 Exemplare
davon Ausland: 191 Exemplare
* Durchschnitt im Zeitraum 1. Januar 2018 - 31. Dezember 2018

Format

Zeitschriftenformat: 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4
Satzspiegel: 190 mm breit, 262 mm hoch
Spaltenzahl: 3 Spalten, Spaltenbreite: 60 mm

Druck

Druckverfahren: Bogen-Offset
Bindeverfahren: Klebebindung
Druckunterlagen: Anlieferung von Daten im PDF-Format, Version 1.3 (PDF/X-1a), mit Acrobat Distiller ab Version 4.0 erzeugt.
Datei druckfähig eingebettet mit allen verwendeten Schriften.
Bildraten hochauflösend mindestens 300 dpi, Farbe immer CMYK
FTP-Empfang: Zugangsdaten auf Anfrage

Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

		Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in	
Abteilung	Klasse/Empfängergruppen	%	Exemplare
Verwender und Verarbeiter		73,93	9.904
10/11	Nahrungs- und Genussmittel, Getränkeherstellung	42,17	5.650
20/21/ /80.92	Herstellung Chemie, Pharma/Kosmetik inkl. Abfüll- und Verpackungsgewerbe / Lohnverpacker	29,27	3.922
13/26/27/31/ 32/32,5/38	Gebrauchsgüter-Hersteller, Nonfood, Textilwaren, Medizintechnik und weiteren Branchen	2,49	332
Zulieferer		20,85	2.794
28	Hersteller von Verpackungsmaschinen, industrieller Prozessanlagen, Automatisierungen oder Robotern	6,31	846
17.1/17.2/22.2/ 23//25.92	Hersteller von Verpackungen, Verschlüssen, Packmitteln und -stoffen aus Holz, Papier, Zellstoff, Pappe, Kunststoff, Karton, Metall und Glas	14,54	1.948
Weitere Branchen		5,22	700
46/47	Groß- und Einzelhandel	2,26	303
18	Druckgewerbe	1,44	193
71.12/73.11	Produkt- und Verpackungsgestaltung, Berater, freie Berufe	0,29	39
	Sonstige	1,23	165
Tatsächlich verbreitete Auflage*		100,0	13.398

Tätigkeitsmerkmale: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in	
	%	Empfänger
Unternehmensführung	32,34	4.333
Qualität, Fertigung, Produktion, Instandhaltung	16,25	2.177
Einkauf	9,29	1.245
Forschung, Entwicklung, Konstruktion	7,95	1.065
Marketing, Vertrieb, Verkauf	25,42	3.406
Logistik	4,28	573
Sonstige Position	4,47	599
Tatsächlich verbreitete Auflage*	100,0	13.398

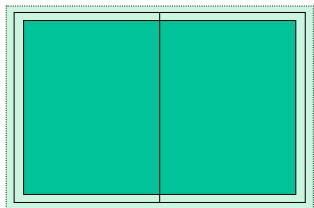
* Durchschnitt 1. Januar 2018 - 31. Dezember 2018

Quelle: eigene Erhebung 9/19

Formatangaben: Breite x Höhe

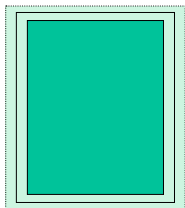
a: Satzspiegelformat

b: Anschnitt-Format zzgl. 3 mm Beschnittzugaben



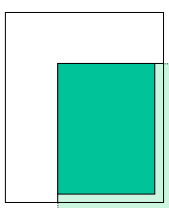
2/1 Seite über Bund

a: 396 x 262 mm
b: 420 x 297 mm



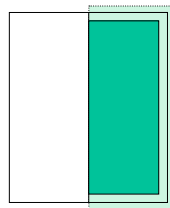
1/1 Seite

a: 190 x 262 mm
b: 210 x 297 mm



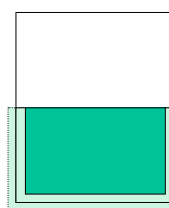
Junior-Page

a: 132 x 184 mm
b: 142 x 198 mm



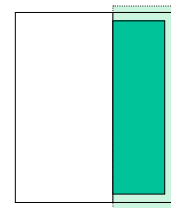
1/2 Seite hoch

a: 90 x 262 mm
b: 100 x 297 mm



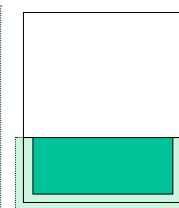
1/2 Seite quer

a: 190 x 128 mm
b: 210 x 142 mm



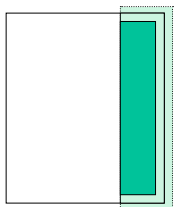
1/3 Seite hoch

a: 58 x 262 mm
b: 72 x 297 mm



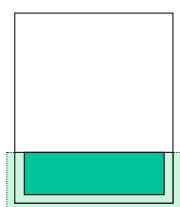
1/3 Seite quer

a: 190 x 83 mm
b: 210 x 97 mm



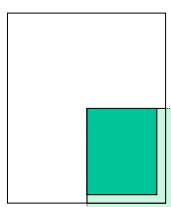
1/4 Seite hoch

a: 43 x 262 mm
b: 53 x 297 mm



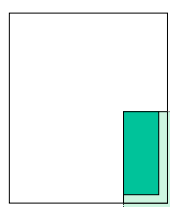
1/4 Seite quer

a: 190 x 61 mm
b: 210 x 75 mm



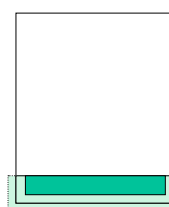
1/4 Seite Block

a: 90 x 128 mm
b: 100 x 142 mm



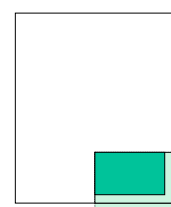
1/8 Seite hoch

a: 43 x 128 mm
b: 53 x 142 mm



1/8 Seite quer

a: 190 x 30 mm
b: 210 x 44 mm



1/8 Seite Block

a: 90 x 61 mm
b: 100 x 75 mm

Alle angegebenen Anschnitt-Formate zzgl. **3 mm Beschnittzugabe** auf allen Außenkanten.

Anzeigen	Grundpreis	5% Rabatt	10% Rabatt	15% Rabatt	20% Rabatt
2/1 Seite 4c	8.600,00	8.170,00	7.740,00	7.310,00	6.880,00
1/1 Seite 4c	4.900,00	4.655,00	4.410,00	4.165,00	3.920,00
1/2 Seite 4c	2.950,00	2.802,50	2.655,00	2.507,50	2.360,00
Junior Page 4c	3.200,00	3.040,00	2.880,00	2.720,00	2.560,00
1/3 Seite 4c	2.400,00	2.280,00	2.160,00	2.040,00	1.920,00
1/4 Seite 4c	1.850,00	1.757,50	1.665,00	1.572,50	1.480,00
1/8 Seite 4c	1.150,00	1.092,50	1.035,00	977,50	920,00

Inselanzeigen Mindestgröße	50 mm/b	pro mm/h 50 mm/h	4c 11,00
-------------------------------	---------	---------------------	-------------

Nachlässe Inselanzeigen:

3 Ausgaben 3%
6 Ausgaben 5%
8 Ausgaben 10%

Alle Preise in Euro zzgl. MwSt. - Preise 4c gelten für Eurokala Farben

Zuschläge:

Sonderfarbe auf Anfrage

Vorzugsplatzierungen:

Titelseite + Titelstory, Titelstory auch online auf www.packaging-journal.de

siehe
Seite 6

2. oder 4. Umschlagseite
1/3 Seite 4c hoch neben Editorial, S. 3
1/3 Seite 4c hoch neben Inhaltsverzeichnis, S. 5

€ 5.400,00
auf Anfrage
auf Anfrage

Bindende Platzierungsvorschriften: jeweils 10 % vom Grundpreis

Sonderwerbeformen:

Auf Wunsch bieten wir maßgeschneiderte Sonderwerbeformen z. B. Titelseite mit Klapper, Cover-Gatefolder, Banderole, Panoramaanzeigen, Eckfeldanzeige, Griffceckanzeige, Advertorial und entwickeln individuelle Lösungen, auch in Kombination mit online.

Rabatte:

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten
(Beginn mit Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel

3maliges Erscheinen 3 %
6maliges Erscheinen 5 %
8maliges Erscheinen 10 %

Mengenstaffel

2 Seiten 5 %
4 Seiten 10 %
6 Seiten 15 %
8 Seiten 20 %

Alle Zuschläge mit Ausnahme der technischen Zusatzkosten und Postgebühren werden rabattiert

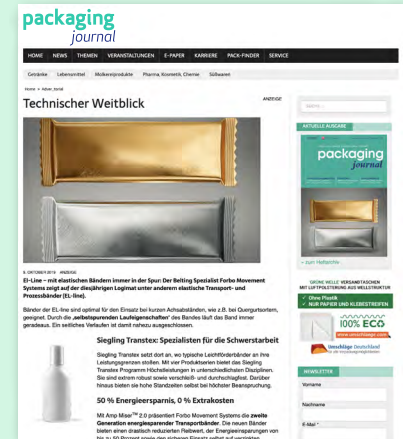
Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum netto.
Bei Vorauszahlung oder Bankeinzug 2% Skonto.
Ust-ID: DE 323 037 531

Bankverbindung:

Sparkasse KölnBonn
IBAN: DE64 3705 0198 1934 7109 20
SWIFT/BIC: COLSDE33XXX

Die Titelstory – Das Rundum-Komplett-Paket € 6.400



Print

Ihr Produkt als Titelbild auf
mehr als 13.000 Magazincovern

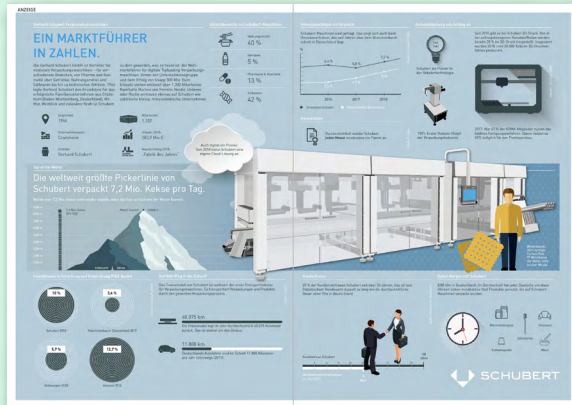
Print

Titelstory im Heft auf
2 bis 3 Magazineseiten

Online

- Artikel auf packaging-journal.de
- Platzierung im E-Paper inkl. Verlinkungen
- Newsletter Text und Bild
- Heftcover für mindestens 5 Wochen auf Startseite sichtbar
- Social Media Posts Facebook/Twitter

Advertorial – PRINT Preise auf Anfrage



Beispiel: 2/1 Seite



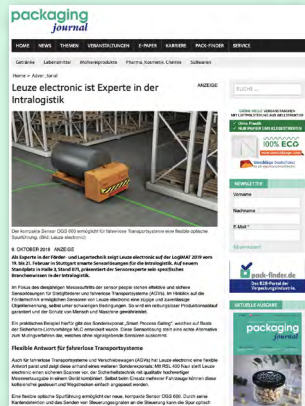
Beispiel: 1/1 Seite



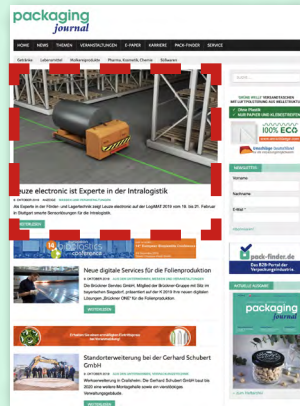
Beispiel: 1/2 Seite

Ihr Inhalt prominent platziert im redaktionellen Umfeld der packaging journal Print Ausgabe.

Advertorial – ONLINE Preise auf Anfrage



Ausführlicher Online Artikel
auf packaging-journal.de



Prominenter Hinweis
auf Startseite



optional



Auf Wunsch zusätzliches
Print Advertorial

Ihr Inhalt prominent platziert im redaktionellen Umfeld der packaging journal Online Ausgabe.

packaging journal		2020 Media-Informationen		Termin- und Themenplan				
Ausgabe	1 Februar	2 März	3 April	4/5 Juni	6 August	7 September	8 November	9 Dezember
Erscheinungstermin	10.02.2020	18.03.2020	28.04.2020	09.06.2020	07.08.2020	15.09.2020	30.10.2020	11.12.2020
Redaktionsschluss	16.01.2020	14.02.2020	17.03.2020	28.04.2020	30.06.2020	11.08.2020	18.09.2020	30.10.2020
Anzeigenschluss	24.01.2020	24.02.2020	06.04.2020	11.05.2020	14.07.2020	25.08.2020	05.10.2020	13.11.2020
DV-Schluss	27.01.2020	28.02.2020	09.04.2020	18.05.2020	21.07.2020	01.09.2020	12.10.2020	20.11.2020
Druckauflage	13.000 + E-Paper	13.500 + E-Paper	16.500 + E-Paper	13.500 + E-Paper	13.000 + E-Paper	13.000 + E-Paper	13.000 + E-Paper	13.000 + E-Paper
Vorbericht								
Special	Endverpacken, Logistik	Automatisieren, Steuern, Robotik			Verpacken von Lebensmitteln	Etikettieren, Kennzeichnen, Codieren, RFID	Verpackungs- maschinen und Verpackungstechnik	Pharma, Kosmetik, Chemie
Themen- schwerpunkte	Verpackungsmaschinen, Verpackungstechnik Schrumpfen, Stretchen, Palettieren Pharma, Kosmetik, Chemie Wägen, Dosieren, Qualitätssicherung Packmittel und Packstoffe Umwelttechnik, Abfalltechnik, Recycling	Etikettieren, Kennzeichnen, Codieren, RFID Transportverpackungen, IBC, Big Bags Verpackungen aus Kunststoff, Glas, Metall, Verbunden Abfülltechnik, Getränke Verschlüsse und Verschleißsysteme Verpacken von Lebensmitteln Nachhaltigkeit	Trends und News zur interpack Verpackungsmaschinen, Verpackungstechnik Packmittel, Packstoffe Automatisieren, Robotik Etikettieren, Kennzeichnen Wägen, Dosieren, Qualitätssicherung Endverpacken und Logistik Pharma, Kosmetik Lebensmittel, Getränke	Trends und News zur drupa Verpackungsdruck und Veredelung, 3D-Druck, Digitaldruck Farben, Lacke Papier, Pappe, Karton, Faltschachtel Marketing und Design, Luxus- und Aktionsverpackungen Green Packaging Verpackungsmaschinen, Verpackungstechnik Etikettieren, Kennzeichnen Endverpacken, Logistik Pharma, Kosmetik, Chemie	Packmittel und Packstoffe Transportverpackungen, IBC, Big Bags Markenschutz und Fälschungssicherheit, Serialisierung Co-Packing Messe-Nachberichte: interpack, drupa, automatica	Wägen und Dosieren, Qualitätssicherung Verpackungen aus Kunststoff, Glas, Metall, Verbunden Schrumpfen, Stretchen, Palettieren Umwelttechnik, Abfalltechnik, Recycling Abfülltechnik Nachhaltigkeit	Automatisieren, Steuern, Robotik Verpacken von Getränken Verschlüsse und Verschleißsysteme Software, Bildverarbeitung Endverpacken und Logistik Pharma, Kosmetik, Chemie	Wägen und Dosieren, Qualitätssicherung Verpacken von Lebensmitteln und Süßwaren Verpackungsdruck, Digitaldruck Marketing und Design, Verpackungsentwicklung Branchentrends
Messen	Biofach, Nürnberg 12.-15.02.2020 LogiMAT, Stuttgart 10.-12.03.2020	Deutscher Verpackungskongress, Berlin 19.-20.03.2020 Pharma-Kongress, Düsseldorf 24.-25.03.2020 LOPEC, München 25.-26.03.2020 MedtecLIVE, Nürnberg 31.03.-02.04.2020 SOLIDS und RECYCLING- TECHNIK, Dortmund 01.-02.04.2020 Hannover Messe und CeMAT, Hannover 20.-24.04.2020	IFAT, München 04.-08.05.2020 Control, Stuttgart 05.-08.05.2020 METPACK, Essen 05.-09.05.2020 interpack, Düsseldorf 07.-13.05.2020 Packaging Premiere, Mailand 26.-28.05.2020	automatica, München 16.06.-19.06.2020 drupa, Düsseldorf 16.06.-26.06.2020 Cosmetic Business, München 17.-18.06.2020 ZELLCHEMING-Expo, Frankfurt 23.-25.06.2020 Sensor + Test, Nürnberg 23.-25.06.2020		intersupply, Dortmund 18.09.-20.09.2020 POWTECH, Nürnberg 29.09.-01.10.2020 LUXEPACK, Monaco 05.10.-07.10.2020 MOTEK, Stuttgart 10.10.-08.10.2020 CPHI, Mailand 13.10.-15.10.2020 Fakuma, Friedrichshafen 13.10.-17.10.2020 glasstec, Düsseldorf 20.-23.10.2020	Brau Beviale, Nürnberg 10.11.-12.11.2020 Composites, Stuttgart 10.11.-11.11.2020 VISION, Stuttgart 10.11.-12.11.2020 COMPAMED, Düsseldorf 16.11.-19.11.2020 ALL4PACK, Paris 23.11.-26.11.2020 SPS, Nürnberg 24.11.-26.11.2020	Viscom, Düsseldorf Paperworld, Frankfurt ProSweets, Köln Pharmapack, Paris FRUIT LOGISTICA, Berlin

Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel

Einhefter für Gesamtauflage:

Anlieferung gefalzt, unbeschnitten, ohne Rückenklammerung

Umfang	Papiergewicht:	mindestens	bis 120 g/m ²	bis 170 g/m ²	über 170 g/m ²
2 Seiten		120 g/m ²	€ 3.300,00	€ 3.430,00	€ 3.560,00
4 Seiten		80 g/m ²	€ 5.275,00	€ 5.539,00	€ 5.670,00

Beihefter bitte im unbeschnittenen Format von 218 mm Breite und 307 mm Höhe anliefern (Kopf-, Seiten- und Fußbeschnitt = 5 mm; Fräszugabe im Bund = 3 mm)

Benötigte Liefermenge: auf Anfrage

Muster bei Auftragserteilung

Beilagen für Gesamtauflage:

Lose eingelegt, max. Papierformat 205 mm x 285 mm

Gewicht der Beilage	Preis pro Tausend inkl. Porto
bis 25 g	€ 255,00
bis 50 g	€ 375,00
Je weitere 25 g Gewicht	€ 115,00

Teilbeilagen mit Aufpreis möglich.

Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Impressum aufgenommen.

Benötigte Liefermenge: auf Anfrage

Muster bei Auftragserteilung

Aufgeklebte Werbemittel: (nur Gesamtauflage)

In Verbindung mit Anzeigen oder Einheftern

Klebekosten	€ 120,00/pro Tausend
Prospekte/Warenmuster	auf Anfrage nach Vorlage eines Musters
Benötigte Liefermenge	auf Anfrage
Anlieferungstermin	spätestens 12 Tage vor Erscheinungstermin
Vor Auftragsannahme ist die Vorlage der Anzeige mit aufgeklebtem Werbemittel erforderlich	

Lieferanschrift für Beilagen und Beihefter:

Bonifatius GmbH
Karl-Schurz-Straße 26 • 33100 Paderborn
Telefon: 05251 - 1530

Liefervermerk: Für „packaging journal“, Ausgabe ...

Branchenguide

Der Einkaufsführer des **packaging journal**. Unsere Leser finden dort ihre Lieferanten - die Lieferanten ihre Kunden.

Mindestgröße: einspaltig 43 mm breit x 20 mm hoch
Auch mehrspaltig möglich.

**Preis pro mm Höhe/
pro Spalte/pro Ausgabe:** sw € 2,20 4c € 3,00

Rabatt: 8 Ausgaben 10 %

Fakturierung: Bankeinzug abzüglich 2 % Skonto

Stichworte: kostenlos und frei wählbar

Änderungen: halbjährlich, schriftlich an den Verlag zu den jeweiligen Anzeigenschlussterminen (siehe Terminplan Seite 6)

Bedingungen: Der Auftrag erstreckt sich auf 8 Ausgaben, danach läuft er bis Widerruf. Kündigungen sind mit sechswöchiger Frist zum Ende der Laufzeit möglich. Die Berechnung erfolgt jeweils 1 Jahr im voraus

Kombiangebot: Bei Buchung des Branchenguides gewähren wir 50 % Rabatt auf einen gleichzeitigen Online-Firmeneintrag der Kategorie „Plus“ auf unseren B2B-Portal www.pack-finder.de (siehe Seite 10)

Stellenmarkt

Stellenangebot: pro mm (1-spaltig) sw € 2,20 4c € 3,00
1/1 Seite sw € 2.305,60 4c € 3.144,00
(262 mm hoch/4-spaltig)

Spaltenbreiten: 1-spaltig = 43 mm 2-spaltig = 90 mm
3-spaltig = 137 mm 4-spaltig = 186 mm

Stellengesuche: pro mm (1-spaltig) sw € 1,10 4c € 1,50

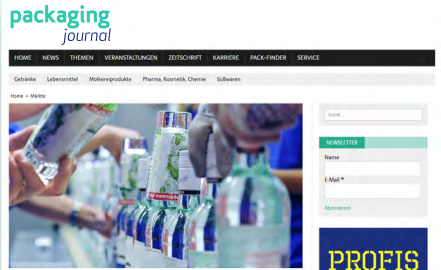
Kombiangebot: bei Anzeigenbuchung Printausgabe Onlineeintrag für eine Laufzeit von 6 Wochen auf www.packaging-journal.de kostenlos

Web-Adresse (URL)	www.packaging-journal.de
Kurzcharakteristik	Informatives Internet-Angebot der B2B-Kommunikation für Entscheider aus der Verpackungsbranche. Mit aktuellen Nachrichten, Informationen zu Messen und Veranstaltungen, E-Paper der Magazinausgaben, Firmendatenbank www.pack-finder.de und Stellenmarkt
Zielgruppe	Meinungsführer und Entscheider aus der gesamten Verpackungsbranche
Verlag	ella Verlag und Medien GmbH
Ansprechpartner	Margot Cremer mcremer@ella-verlag.com Susanne Julia Gorny sg@ella-verlag.com Andrea Vogel av@ella-verlag.com

Datenlieferung	mindestens 3 Wochen vor Schaltbeginn per E-Mail an produktion@packaging-journal.de Banner: (animiertes) GIF-Format, JPG, PNG, Flash-, HTML-Banner Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße: 500 KB
-----------------------	---

Online Stellenmarkt	Stellengesuche pauschal € 200,00 Stellenangebote € 200,00 für 4 Wochen Stellenangebote in Kombination mit Print (s. S. 10) kostenlos
----------------------------	---

Zugriffe	auf Anfrage
-----------------	-------------



packaging journal

HOME NEWS THEMEN VERANSTALTUNGEN ZEITSCHRIFT KARRIERE PACK-FINDER SERVICE

Gedruckte Lebensmittel Molkenprodukte Pharma Kosmetik Chemie Süßwaren

News & Media

NEWSLETTER

Name

E-Mail *

Abmelden

PROFIS GESUCHT!

Co-Packing 1: Bei Lohnverpackern ist Flexibilität Trumpf

16. Februar 2019 von: K. Gorny, K. Gorny, K. Gorny

Vom Verpacken über die Beratung bis zur Komplettlösung ist unsere neue Lohnverpackungsbranche und ihre Unternehmen in den Fokus.

MITTEILUNGEN

Suchen Sie uns auf der **Anuga FoodTec**

Wachstumschancen mit Video

HOME NEWS THEMEN VERANSTALTUNGEN ZEITSCHRIFT KARRIERE PACK-FINDER SERVICE

Gedruckte Lebensmittel Molkenprodukte Pharma Kosmetik Chemie Süßwaren

Home > Themen

2019

16. Januar 2019: **Wachstumschancen mit Video**

Ab sofort können sich interessierte internationalen Fachleute der Branche anmelden. Das Messe-Event vom 16. Offizieller Messechluss ist am 21. 9.

MITTEILUNGEN

Taschen, Tüten, Teppich später werden kann

16. Januar 2019: **Wachstumschancen mit Video**

PE 1 Flaschen effizient ausdehnen lassen regelbaren PET wesentlich mehr wie wieder einer Flasche.

MITTEILUNGEN

PROFIS GESUCHT!

Der Stellenmarkt für die Verpackungsbranche

Schütz übernimmt mex für Industrieverpackung

16. Januar 2019: **Wachstumschancen mit Video**

Ab sofort können sich interessierte internationalen Fachleute der Branche anmelden. Das Messe-Event vom 16. Offizieller Messechluss ist am 21. 9.

MITTEILUNGEN

Vergleichbarkeit in allen

16. Januar 2019: **Wachstumschancen mit Video**

Ab sofort können sich interessierte internationalen Fachleute der Branche anmelden. Das Messe-Event vom 16. Offizieller Messechluss ist am 21. 9.

MITTEILUNGEN

Zanders und IPP kooper

16. Januar 2019: **Wachstumschancen mit Video**

Ab sofort können sich interessierte internationalen Fachleute der Branche anmelden. Das Messe-Event vom 16. Offizieller Messechluss ist am 21. 9.

MITTEILUNGEN

Individuelle technische Lösungen von Bierni Kirchoff

16. Februar 2019

Die Verpackungsmaschinenbau Bierni Kirchoff hat sich in den vergangenen zwei Jahren noch einmal erweitert: Das Unternehmen kann Interessierten nun komplette Produktionsanlagen zur Herstellung von Kartonnenbehältern anbieten.

MITTEILUNGEN

Clip-Aufhäng-Automat für Produktivitätssteigerung

22. Februar 2019

Der Clip-Aufhäng-Automat FCH 160 von Poly clip System kombiniert hoch effizient das Clippen mit dem gleichzeitigen Leiten der Schläufe sowie dem automatischen Auffüllen und auf den Raschschal Positionieren.

MITTEILUNGEN

PACKMITTEL UND PACKSTOFFE

Individuelle technische Lösungen von Bierni Kirchoff

16. Februar 2019

Die Verpackungsmaschinenbau Bierni Kirchoff hat sich in den vergangenen zwei Jahren noch einmal erweitert: Das Unternehmen kann Interessierten nun komplette Produktionsanlagen zur Herstellung von Kartonnenbehältern anbieten.

MITTEILUNGEN

Content

- News & Fachartikel
- E-Paper
- Produktberichte
- Unternehmensportraits
- Interviews
- Videos
- Messen & Veranstaltungen
- Stellenmarkt
- Firmendatenbank

www.pack-finder.de

pack-finder.de

Das B2B-Portal der Verpackungsindustrie.

NEUSTE EINTRÄGE

- Suchen Sie für Ihre Verpackungslösung
- Clip-Aufhäng-Automat für Produktivitätssteigerung
- Produktionsmaschinenbau Bierni Kirchoff
- Anuga FoodTec: mehr als 100 Jahre Aussteller aus dem Bereich FoodTech
- Anuga FoodTec: mehr als 100 Jahre Aussteller aus dem Bereich FoodTech

Themen

Abdrucken und Speichern

Werbeform		Format in Pixel (Breite x Höhe)	Platzierung	Preis pro Woche
Superbanner*	A	728 x 90	Startseite, News-Rubriken (Märkte, Personen, Produkte, Aus den Unternehmen) und Themen-Rubriken (Verpackungstechnik, Packmittel und Packstoffe, Marketing und Design, Unternehmensporträts) sowie Aus- und Weiterbildung	290,00 €
Medium Rectangle*	B	300 x 250	Gesamtrotation außer pack-finder	440,00 €
Skyscraper*	C	max. 200 x 600	Gesamtrotation	550,00 €
Billboard*	D	max. 800 x 250	Gesamtrotation	770,00 €
Leaderboard (seitenübergreifend)	E	1200 x 189 px	Gesamtrotation	990,00 €

*inkl. Verlinkung. Die Bannerformate werden in Rotation mit max. 2 weiteren Werbepartnern ausgeliefert.

The screenshot shows the homepage of packaging-journal.de. The layout includes a top navigation bar with links like HOME, NEWS, THEMEN, VERANSTALTUNGEN, ZEITSCHRIFT, KARRIERE, PACK-FINDER, and SERVICE. Below this is a main content area with a large hero image (labeled D) showing a trade fair scene. To the right of the hero image is a newsletter sign-up form (labeled C) with fields for Name and E-Mail, and a submit button. Below the hero image is a section titled 'Guter Start für Regionalmesse EMPACK' with a sub-header '21. FEBRUAR 2018 - ARENEN UND VERANSTALTUNGEN'. This section contains a text block about the EMPACK Dortmund 2018 trade fair and a 'WEITERLESEN' button. Below this is another section titled 'Clip-Aufhänge-Automat für Produktivitätssteigerung' with a sub-header '21. FEBRUAR 2018 - AUS DEN UNTERNEHMEN, VERPACKUNGSTECHNIK'. This section features an image of a machine (labeled A) and text about the Poly-clip system. At the bottom right, there is a section titled 'Produktionskennzahlen und Betriebsdaten-Logging auf einen Blick' with a sub-header '21. FEBRUAR 2018 - VERPACKUNGSTECHNIK'. On the far right, there is a vertical sidebar with a 'THEMEN' section listing various topics like Abfalltechnik, Logistik, and Verpackungstechnik. The banner positions are indicated by letters: E is at the top left, C is on the right sidebar, D is on the hero image, B is below the hero image, and A is on the machine image.

- Newsletter** Aktuelle Informationen aus der Verpackungsbranche – für die Verpackungsbranche. Der Newsletter informiert über die neuesten Trends in der Verpackungswirtschaft mit Beiträgen über Produkte, Unternehmen, Personen, Veranstaltungen und Messen.
- Zielgruppe** Entscheider aus dem Bereich der abpackenden Industrie u. a. in den Bereichen Pharma und Kosmetik, Lebensmittel und Getränke.
- Erscheinungsweise** 14-täglich plus Messe-Sondernewsletter.
Stand-alone-Newsletter auf Anfrage.

Werbemöglichkeiten

Werbeform	Größe	Preis** pro Newsletter
A Banner, beste Position oben	600 b x 90 h Pixel	490,00 Euro
B Banner	600 b x 90 h Pixel	350,00 Euro
C Bild-Textanzeige mit Link	Bildformat: 620 b x 400 h Pixel Überschrift: max. 70 Zeichen* Text: max. 350 Zeichen	790,00 Euro

* Inkl. Leerzeichen **Alle Preise zzgl. MwSt.

- Datenanlieferung** mindestens 2 Wochen vor Schaltbeginn per E-Mail an produktion@packaging-journal.de
Banner: (animiertes) GIF-Format, JPG, PNG, Flash-, HTML-Banner
Bilddateien bzw. Grafikdateien (auch Banner) immer als RGB (Farbschema). Maximale Dateigröße: 500 KB

- Ansprechpartner** Redaktion: Ulrich Klose uklose@packaging-journal.de
Marketing: Margot Cremer mcremer@ella-verlag.com
Susanne Julia Gorny sg@ella-verlag.com
Andrea Vogel av@ella-verlag.com

packaging journal NEWSLETTER

Guten Tag Margot Cremer!

Prozesse sollen optimiert, Herstellungskosten reduziert, die Produktqualität verbessert werden. Das ist alltägliches Geschäft in der industriellen Produktion.

Innovationen zählen sich aus. Entsprechende Beispiele finden Sie in diesem Newsletter. Ein Innovationskennzeichen ist nur dann und nur wenn es sich um eine neue Maschine, ein neues Verfahren oder gleich 50 Prozent seiner Verpackungen entsorgen, und ein Kaffeehaus hat mit einem neuen Verfahren die Verpackungsgüte eines „Soft“-Produkts erhöht.

Auf der Suche nach lebendigen Innovationen werden sich Ende dieses Monats wieder Deutschentöne über das FachPack 2019 in Hamburg treffen. Wir berichten ausführlich.

Ich wünsche Ihnen eine gesundernde Lektüre!

Ulrich Klose

A

Nie wieder nach passenden Kartons suchen



Immer die richtigen Kartons zu finden haben in vielen Vertriebsstrukturen längst einen Wert von einer Million verloren. Die Suche nach den richtigen Kartons kostet Zeit und Geld. Lagerung Platz. Wie praktisch wäre es, wenn Maschinen, die auf Anforderung automatisch die richtige Kartongröße aus Endlosrollen realisieren? Passt: ganz solche Lösungen auf dem FachPack 2019.

Ulrich Klose

B

günstig
Plug-and-Package: Maßgeschneiderte Effizienz mit dem neuen Maschinenprogramm Lightline



Auf dem FachPack präsentiert Schubert erstmals einen neuen, selbstfahrenden Case Packer. Für den Verpacken in Kartons auf Paletten kann er eingesetzt werden. Der Schubert Case Packer liefert zum neuen Maschinenprogramm „Lightline“, mit dem Schubert kostenoptimaler Lösungen für Verpackungsaufgaben bietet, die weniger Flexibilität erfordern.

Ulrich Klose

Versandplan 2020

NL	Erscheinungsdatum	KW	Thema	NL	Erscheinungsdatum	KW	Thema
1	15. Januar 2020	KW 3	Messe: ProSweets 2020	18	3. Juni 2020	KW 23	Messe: drupa 2020
2	29. Januar 2020	KW 5		19	16. Juni 2020	KW 25	Messe: Cosmetic Business 2020 / pj 4+5/2020
3	12. Februar 2020	KW 7	packaging journal 1/2020	20	1. Juli 2020	KW 27	
4	26. Februar 2020	KW 9	Messe: LogiMAT 2020	21	15. Juli 2020	KW 29	
5	4. März 2020	KW 10	Sondernewsletter LogiMAT 2020	22	29. Juli 2020	KW 31	
6	11. März 2020	KW 11	packaging journal 2/2020	23	12. August 2020	KW 33	packaging journal 6/2020
7	25. März 2020	KW 13		24	26. August 2020	KW 35	
8	1. April 2020	KW 14	Messe: interpack 2020	25	9. September 2020	KW 37	
9	8. April 2020	KW 15	Messe: interpack 2020	26	16. September 2020	KW 38	packaging journal 7/2020
10	15. April 2020	KW 16	Messe: interpack 2020	27	30. September 2020	KW 40	Messe: MOTEK 2020
11	20. April 2020	KW 17	Messe: interpack 2020	28	14. Oktober 2020	KW 42	
12	22. April 2020	KW 17	Messe: interpack 2020	29	28. Oktober 2020	KW 44	Messe: Brau Bevale 2020 / pj 8/2020
13	27. April 2020	KW 18	Messe: interpack 2020	30	11. November 2020	KW 46	Messe: smart production solutions
14	29. April 2020	KW 18	Messe: interpack 2020 / pj 3/2020	31	18. November 2020	KW 46	Messe: smart production solutions
15	4. Mai 2020	KW 19	Messe: interpack 2020	32	2. Dezember 2020	KW 49	
16	20. Mai 2020	KW 21		33	16. Dezember 2020	KW 51	packaging journal 9/2020
17	27. Mai 2020	KW 22	Messe: automatica 2020 / drupa 2020				

1. Es gelten – auch für zukünftige Anzeigenaufträge – ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen des Verlages. Entgegenstehende oder abweichende Bedingungen des Auftraggebers werden nicht anerkannt.
2. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und/oder Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetz oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
3. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht.
4. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich.
5. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
6. Die Kosten für die Anfertigung reprofähiger Vorlagen, für die Ausbesserung beschädigt eingegangener Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
7. Bei Abnahme von weniger als der vorgesehenen Anzeigenmenge innerhalb der Jahresfrist erfolgt Rabatt nach Belastung. Bei Abnahme von mehr als der vorgesehenen Anzeigenmenge innerhalb Jahresfrist wird der in Frage kommende höhere Rabatt rückwirkend gut geschrieben.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte, angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Reklamationen müssen unverzüglich, nicht offensichtliche Mängel innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Andernfalls ist die Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen ausgeschlossen.
9. Schadensersatzansprüche sind – egal aus welchem Rechtsgrund – sofern nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Verlages, seiner gesetzlichen Vertreter oder seiner Erfüllungshelfen vorliegt – ausgeschlossen. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr ist der Umfang des Schadensersatzanspruches darüber hinaus auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigen- und/oder Beilagenentgelts beschränkt. Die Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.

10. Bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.
11. Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen ein; dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter – egal aus welchem Rechtsgrund – einschließlich eventuell entstehender Gerichts- und/oder Anwaltskosten freizustellen. Durch die Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Auftraggeber, die Kosten für die Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifes. Dies gilt auch für Beilagenaufträge.
12. Erfüllungsort ist Köln. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Köln. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Köln vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages:

1. Abbestellung von Anzeigen-, Beihefter- und Beilagenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Der Verlag kann die entstandenen Satz- bzw. Produktionskosten dem Auftraggeber in Rechnung stellen.
2. Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Postweg.
3. Können Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen sie sich erst beim Druck heraus, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche gegen den Verlag.
4. Platzierungsbestätigungen – außer bei fest bestätigten Vorzugsplätzen – gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
5. Der Verlag ist berechtigt, die erteilten Anzeigenaufträge im Rahmen seiner technischen und betrieblichen Möglichkeiten ergänzend auch in Online-Diensten zu veröffentlichen. Der Verlag behält sich dabei vor, die für Print vorliegenden Druckunterlagen an die Erfordernisse des Internets anzupassen. Die Online-Darstellung kann vom Druckergebnis in der Printausgabe abweichen.

1. Werbeauftrag

1. „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.
2. Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

1. Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
 - aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner),
 - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).
2. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluß

1. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.
2. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muß er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.
3. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluß abzuwickeln.

5. Auftragerweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Nachlaßerstattung

1. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlaß dem Anbieter zu erstatten.
2. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlaß, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlaß von vornherein berechtigt.
Der Anspruch auf den Nachlaß erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

7. Datenanlieferung

1. Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.
2. Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.
3. Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Ablehnungsbefugnis

- Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge -auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen bzw. zu sperren, wenn
 - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.
- Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

9. Rechtsgewährleistung

- Der Auftraggeber gewährleistet, daß er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

10. Gewährleistung des Anbieters

- Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, daß es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird
 - durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder

- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

- Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
- Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

12. Haftung

- Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragschluß und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.

2. Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Die gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

13. Preisliste

1. Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten.
Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muß innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
2. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

14. Zahlungsverzug

1. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.
2. Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

16. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags folgende Informationen für den Auftraggeber zum Abruf bereitzustellen:

- die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel
- die Ausfallzeit des Ad-Servers, soweit sie eine
- zusammenhängende Stunde überschreitet.

17. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

18. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluß seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.