

ADRESSVERMIETUNG 2017



Qualifizierte Entscheideradressen	2
Full Service-Leistungen	2
Pluspunkte für das Mailing	3
Anlässe für Mailings	3
Auszug Zielgruppenpotential	4
Anlässe für Mailings	5
Preise	5
Allgemeine Geschäftsbedingungen	6
Referenzen	8
Kontakt	8

mi verlag
moderne industrie

Hüthig

erfolgsmedien für experten

Mediengruppe **SV** Süddeutscher Verlag

Qualifizierte Entscheideradressen – TOP gepflegt!

Der verlag moderne industrie hat eine sehr umfangreiche und exklusive Adressdatenbank aufgebaut, die Ihnen für **postalische Mailing-Kampagnen** zur Verfügung steht.

Die **hohe Qualität und Aktualität der Adressen** wird durch regelmäßigen Versand der Fachzeitschriften und darüber hinaus kontinuierliche Adressbereinigung und telefonische Adressqualifizierung gewährleistet.

Es können insgesamt mehr als **600.000 Ansprechpartner in über 250.000 Firmen** gezielt angesprochen werden.

Es ist eine **personalisierte Ansprache der Entscheider der 1. und 2. Führungsebene sowie Fachspezialisten** möglich.

Nach **folgenden Kriterien** kann die Wunschzielgruppe ohne Streuverluste gefiltert und beliebig miteinander kombiniert selektiert werden:

- Leser einzelner oder mehrerer Fachzeitschriftentitel
- Branche und Nebenbranche nach WZ08
- Entscheider nach Position/Funktion im Unternehmen
- Anzahl der Mitarbeiter
- Region (PLZ, Bundesland), national und international

* Einzigartig ist unsere **Zustellgarantie**: Unzustellbare Rückläufer, die Sie uns nach dem Versand zur Verarbeitung weiterleiten, bekommen Sie bei einem Folgeauftrag gutgeschrieben. Bauen Sie Ihre Kampagne nachhaltig auf, und sparen Sie so mit unserer günstigen Mehrfachnutzung gleich doppelt.

Optionaler Full Service – Wir kümmern uns um ALLES!



1. Adressabgleich

Wir übernehmen den Adressabgleich der angemieteten Adressen gegen Ihren Kundenbestand unter strikter Beachtung der datenschutzrechtlichen Vorgaben. Die Abrechnung erfolgt dann nach Nettoeinsatzmenge.



2. Kreation

Wir entwickeln in enger Abstimmung mit Ihnen das Werbekonzept und übernehmen die Gestaltung und Umsetzung der Werbemittel.



3. Produktion

Wir übernehmen den Druck der Werbemittel, egal ob Standard- oder Sonderformate.



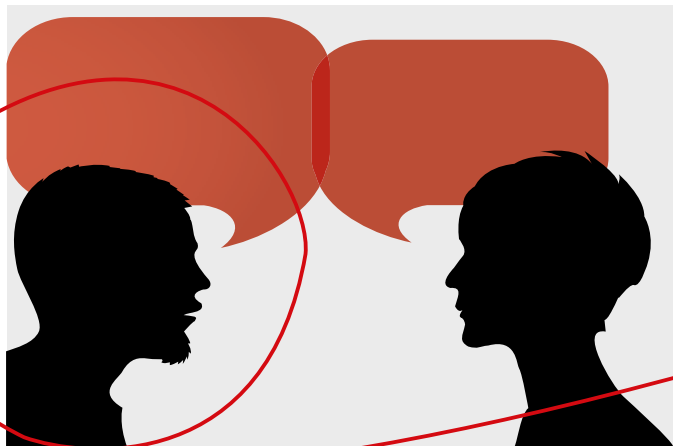
4. Lettershop

Wir übernehmen die Konfektionierung der Werbemittel, Portooptimierung und die Postauflieferung des Mailings.



5. Beratung [Reihenfolge ändern, ohne Zahlen]

Wir beraten Sie bei der Zielgruppenauswahl, ermitteln völlig kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe, recherchieren zusätzliche Potenziale und erstellen auf Wunsch ein Angebot für die Full Service-Leistungen.



Pluspunkte für das Mailing

- Messbare Resonanz
- Idealer Werbeträger zur Neukundengewinnung
- Vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten der Mailings
- Hohe Aufmerksamkeit durch Personalisierung innerhalb der Werbebotschaft
- Ideal zur Einbindung in eine crossmediale Werbekampagne
- Zeitliche Flexibilität des Aussendezeitpunkts

Kleine Auflagen sind für einen ersten Test möglich und können sehr zielgerichtet gestreut werden!

Anlässe für Mailings gibt es viele – lassen Sie sich inspirieren...

Allgemein

- Interessentengenerierung
- Neukundengewinnung
- Steigerung des Bekanntheitsgrades

Spezielle Anlässe

- Produkteinführung
- Präsentation des bestehenden Produktangebots
- Saisonale Produktangebote
- Veranstaltungen (Events, Workshop, Tag der offenen Tür, Messen, etc.)
- Marktforschung
- Pressemitteilungen
- Neufirmierung/Fusionierung

Auszug aus dem Zielgruppenpotential

Auszug: Entscheider nach Position

Position	Personen	Betriebe
Geschäftsführung/Vorstand	260.000	140.000
Niederlassungs-, Werks-, Betriebsleitung	26.000	11.000
Abteilungs-/Bereichsleitung	151.000	41.000
Projektleitung/Fachkraft	209.000	88.000

Auszug: Entscheider nach Funktion

Funktion	Personen	Betriebe
Unternehmensleitung	285.000	147.000
Forschung	3.500	1.000
Entwicklung	15.000	3.000
Konstruktion	14.000	2.500
Instandhaltung	31.000	23.000
Produktion	40.000	17.000
Fertigung	5.000	1.000
Qualität	10.000	3.000
Marketing/Werbung	20.000	5.500
Verkauf/Vertrieb	23.000	6.500
Einkauf	40.000	16.500
Logistik	10.000	2.000

Auszug: Kernbranchen (WZ-Code 2008)

Branche	Personen	Betriebe
Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen	9.000	3.000
Herstellung von chemischen Erzeugnissen	22.000	5.000
Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	34.000	11.000
Metallerzeugung und -bearbeitung	9.500	2.000
Herstellung von Metallerzeug- nissen	35.000	11.000
Herstellung von DV-Geräten, elektr. und opt. Erzeugnissen	47.000	14.000
Herstellung von elektrischen Ausrüstungen	25.000	6.000
Maschinenbau	70.000	18.000
Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen	17.000	3.000
Architektur- und Ingenieurbüros	32.000	20.000

Preise und Rahmenbedingungen

Preise:

- Firmenadresse mit **Ansprechpartner der 1. Führungsebene** bei einmaliger Nutzung für ein postalisches Mailing : **0,24 € pro Adresse**
- Firmenadresse mit **Ansprechpartner der 2. & 3. Ebene** bei einmaliger Nutzung für ein postalisches Mailing: **0,34 € pro Adresse**
- Rabatt bei Mehrfachnutzung: 0,02 € bzw. 0,03 € ab 2. Nutzung, 0,05 € bzw. 0,07 € ab 3. Nutzung; (Mehrfachnutzung muss mit Erstauftrag erfolgen)
- Datenbank-/Selektionspauschale: 180,- €
- Mindestauftragswert: 590,- € (inkl. Datenbank-/Selektionspauschale)
- Mindestabnahme: 70 % der gelieferten Adressen (bei Adressabgleich)

Alle Preise netto zzgl. MwSt.

Rahmenbedingungen:

- Adressen werden zur Vermietung für postalische Mailings freigegeben, ein Kauf der Adressen ist nicht möglich.
- Ausschließlich die Reagierer auf das Mailing gehen in das Eigentum des Werbetreibenden über.
- Die Adressen werden dem Werbetreibenden nicht direkt überstellt. Die Weiterverarbeitung muss durch einen Dritten (Lettershop oder Datenverarbeiter) erfolgen.
- Der Adresspreis ist unabhängig von der Anzahl der Selektionskriterien.

Full Service-Konditionen: Beispielkalkulation



Anschreiben + Beileger (DIN lang-Mailing)**

Auflage/Leistung	2.000	3.500	5.000	7.500	10.000
Adressmiete Personenadressen*	660 €	1.020 €	1.380 €	1.980 €	2.580 €
Produktion von Anschreiben + Beileger**	575 €	717 €	867 €	1.112 €	1.352 €
Falzen + Kuvertieren der Mailingbestandteile	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Frankieren, Postauflieferung, Portooptimieren, inkl. neutrale Fensterkuverts	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.	inkl.
Porto***	760 €	1.330 €	1.400 €	2.100 €	2.800 €
Gesamtkosten inkl. Porto	1.995 €	3.067 €	3.647 €	5.192 €	6.732 €

Adressabgleich gegen Ihren Datenbestand:
Datenübernahme pauschal 150,- € zzgl. Abgleich Adressen 18,- € pro Tsd.

* Basispreis 0,24 € je Adresse, inkl. Datenbankpauschale von 180,- €

** Personalisiertes Anschreiben: Digitaldruck/personalisierter Druck
1/0-farbig DIN A4, schwarz, Papier 80g/m² PlanoPrePrint + Beilage
DIN lang Karte 4c, 300g Bilderdruck ohne Personalisierung

*** 20g, DIN lang, ab Auflage von 4.000 Infopost möglich

Alle Preise netto zzgl. MwSt. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

**FULL
SERVICE
AUS EINER
HAND!**

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“ genannt) - in der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Fassung - gelten für sämtliche Verträge über Waren, Lieferungen, über die Vermittlung oder Vermietung von Adressen, Adressabgleich, Erstellung und Produktion von Werbemitteln, Verarbeitung von Adressen, Weiterverarbeitung von Postwerbung, wie Adressieren, Frankieren und Postaufwiefern der Sendungen und sonstige Leistungen oder Dienstleistungen der verlag moderne industrie GmbH (nachfolgend „Verlag“ bzw. „Adressseigner“ genannt).

(2) Abweichende Regelungen finden keine Anwendung, insbesondere allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden, sofern sie von diesen Bedingungen abweichen; auch wenn der Verlag nicht explizit widerspricht. Diese AGB gelten nur gegenüber Kaufleuten oder Unternehmer im Sinne des § 14 BGB (nachfolgend „Kunde“ genannt).

§ 2 Definitionen

Postwerbung adressiert (Briefmailings): Ist die körperliche Briefsendung, (teil-) personenbezogen adressiert, welche zum Einwurf in den Postkasten oder zur sonstigen körperlichen Zustellung bestimmt ist.

Adressen: Ist der digitale Datensatz von Firmendaten oder dazugehörigen personenbezogenen Daten im Sinne des § 28 Abs. 3 BDSG.

Direktwerbeaktion: Ist eine einmalige Verwendung und Versendung des vom Verlag überlassenen Datensatzes (Adressen) im Rahmen von adressierter Postwerbung.

§ 3 Angebot, Annahme, Vertragsschluss, Datenschutzverpflichtungserklärung

(1) Die Angebote des Verlags sind stets freibleibend, soweit nichts anderes vereinbart wird. Die Bestellungen des Kunden stellen ein Angebot auf Abschluss zum Vertrag dar. Der Vertrag kommt erst zustande, wenn der Verlag das Angebot des Kunden durch Auftragsbestätigung annimmt und der Kunde gleichzeitig dem Verlag eine den Auftrag betreffende Datenschutzverpflichtungserklärung rechtsverbindlich unterzeichnet und vorab per Fax oder im Original zurücksendet.

(2) Der Kunde ist verpflichtet, dem Verlag vor Lieferung der Adressen ein verbindliches Muster der Postwerbung vorzulegen.

(3) Der Verlag behält sich vor, Aufträge wegen Inhalt, Herkunft, Form der Werbesendung oder sonstigen unternehmenspolitischen Gründen abzulehnen. Ebenso kann eine Ablehnung des Auftrags erfolgen, wenn der Kunde dem Verlag kein verbindliches Muster übersendet hat oder auf sonstige Art und Weise die Einsichtnahme in die Inhalte der Werbesendung verweigert.

(4) Der zwischen dem Verlag und Kunde geschlossene Vertrag besteht aus der Auftragsbestätigung des Verlages, diesen AGB und die vom Kunden unterzeichnete Datenschutzverpflichtungserklärung.

§ 4 Regelung der Adressnutzung durch den Kunden

(1) Die gelieferten Adressen dürfen nur in dem vereinbarten Umfang gemäß Auftragsbestätigung genutzt werden.

(2) Der Kunde und gegebenenfalls dessen beauftragter Weiterverarbeiter hat bei der Nutzung der gemieteten Adressen die gesetzlichen Bestimmungen, insbesondere diejenigen des Datenschutzes gemäß Bundesdatenschutzgesetz und die Regelungen zum lauten Wettbewerb gemäß dem Gesetz zum unlauteren Wettbewerb (UWG), in eigener Verantwortung zu beachten und einzuhalten.

(3) Der Kunde verpflichtet sich, zur konformen Nutzung der Adressen im Rahmen dieser AGB und einer gesonderten zu unterzeichneten Datenschutzverpflichtungserklärung.

(4) Wenn keine abweichende Vereinbarung über die Mehrfachverwendung getroffen wurde, sind alle gelieferten Adressen ausschließlich zur einmaligen Nutzung im Rahmen einer postalischen Direktwerbeaktion bestimmt.

(5) Zum Schutz gegen eine vertragswidrige Nutzung sind in die Adresskollektionen mehrere Kontrolladressen eingearbeitet. Im Falle vertragswidriger Nutzung der zur Verfügung gestellten Adressen hat der Kunde eine

Vertragsstrafe in Höhe des 10-fachen Adresspreises, bezogen auf die gelieferte Bruttomenge die für den jeweiligen Auftrag vereinbart wurde, zu zahlen. Zum Nachweis des Missbrauchs genügt die Vorlage einer Kontrolladresse. Die Geltendmachung weiterer Schadenersatzansprüche des Verlags bleibt vorbehalten.

(6) Soweit der Kunde aufgrund der Nutzung der Adresslisten des Verlags Bestellungen oder Anfragen erhält, ist er unter Beachtung der jeweils aktuell geltenden Datenschutzgesetze befugt, die Adressen dieser Personen dauerhaft in seine eigenen Adressbestände einzufügen. Der Nachweis eines positiven Rücklaufs in den Bestand des Kunden gegenüber dem Verlag und somit der Übergang des Datensatzes in den Datenbestand des Kunden obliegt in jedem Falle dem Kunden.

(7) Der Verlag übernimmt trotz regelmäßiger Aktualisierung der Adressen keine Gewähr, dass zum Zeitpunkt der Lieferung sämtliche Anschriften postalisch richtig und alle qualifizierenden Adressmerkmale wie Position, Funktion, Branche oder Betriebsgröße vollständig und richtig sind oder für die Adressaten noch die qualifizierenden Merkmale richtig sind, die sie bei der Erfassung der Daten angeben haben.

(8) Im Falle einer Vermietung verbleiben die Adressen in jedem Falle außerhalb des Herrschaftsbereichs des Kunden. Sie werden an einen vom Verlag überprüften und beauftragten Weiterverarbeiter gemäß § 11 BDSG, (z.B. qualifizierte Datenverarbeiter oder Lettershops) geliefert und verbleiben damit ausschließlich im Herrschaftsbereich des Verlags.

(9) Bei Abgleich der angemieteten Adressen des Verlages mit dem Adressdatenbestand des Kunden ist die vertraglich vereinbarte Mindestabrechnungsmenge gültig und fällig. Zur Abrechnung der eingesetzten Nettoadressmenge ist durch den Kunden dem Verlag ein maschinell erstelltes Abgleichsprotokoll vorzulegen. Das Abgleichsprotokoll ist spätestens zum Zeitpunkt der Postauflieferung der Werbesendung dem Verlag vorzulegen. Bei Nichteinreichung eines Abgleichsprotokolls durch den Kunden wird die überstellte Bruttoadressmenge abgerechnet.

(10) Die Adressdaten dürfen lediglich für die Weiterverarbeitung des Briefmailings gespeichert werden und müssen innerhalb von 7 Tagen nach Postauflieferung des Briefmailings vom Weiterverarbeiter gelöscht werden. Der Verlag ist berechtigt sich hierüber Nachweis erbringen zu lassen oder einen vereidigten Wirtschaftsprüfer unangekündigt in die Betriebsstätte des Weiterverarbeiters zu entsenden.

§ 5 Adresslieferungen, Rückläufer

(1) Die Adress-Stückzahl ändert sich wegen der laufenden Adressoptimierung und Adressaktualisierung ständig. Mehr- oder Minderlieferungen bis einschließlich 3,0 % gegenüber der Auftragsbestätigung gelten als vertragsgemäß.

(2) Aufgrund von Anschriftenänderungen sind Retouren/Rückläufer (Sendungen mit postalischem Unzustellbarkeitsvermerk) unvermeidbar.

(3) Es wird daher eine Haftung des Adressseigners für unzustellbare Adressen im Gesamtbestand ausgeschlossen, soweit die fehlende Zustellbarkeit nicht auf ein vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten des Adressseigners oder von ihm eingeschalteter Erfüllungsgehilfen beruht. Es besteht insoweit insbesondere kein Anspruch auf Ersatz der aus Retouren anfallenden Kosten und/oder Gebühren gegen den Adressseigner.

(4) Es wird keine Gewähr dafür übernommen, dass ein Adressat tatsächlich existiert oder den Selektions-Merkmalen tatsächlich entspricht, die dem Adressat zugewiesen werden. Da das Datenmaterial ständigen Änderungen ausgesetzt ist und bereits die Datenquelle fehlerhaft sein kann, kann schließlich keine Gewähr für die exakte Zielgruppenzuordnung und/oder vollständige Marktdeckung der angebotenen Daten zum Zeitpunkt der Nutzung gewährt werden.

(5) Beanstandungen wegen der gelieferten Stückzahl oder sonstige bei unverzüglicher angemessener Untersuchung jeder einzelnen Lieferung erkennbare Fehler der gelieferten Daten sind vom Werbeteilnehmer unverzüglich in Textform nach verzugsrechtlicher Übersendung und in jedem Fall vor weiterer Verwendung der Daten dem Adressseigner mitzuteilen. In Fällen, in denen der Werbeteilnehmer die Daten nicht selbst erhält, gilt auch die rechtzeitige in Textform erfolgende Rüge eines weiterverarbeitenden Unternehmens, welches dem Adressseigner zuvor

benannt wurde, als ausreichende Verwendung der Daten sind Ansprüche, die auf Unterschreiten oder Überschreiten der vertragsgerechten Stückzahl oder auf sonstige bei entsprechender Untersuchung erkennbare Fehler der Daten gestützt sind, ausgeschlossen.

§ 5 a Zustellgarantie

Für geschlossene Vereinbarungen im Kalenderjahr 2017 gilt: Soweit eine Minderlieferung auf Grund Retouren/ Rückläufer auch unter 3, 0 % gegenüber der Auftragsbestätigung erfolgt, erhält der Kunde ein Gutschrift für den Folgeauftrag. Voraussetzung hierfür ist die Zusendung sämtlicher unzustellbarer Rückläufer an den Adressseigner. Die Gutschrift berechnet sich wie folgt: Anzahl Rückläufer x jeweils berechnetem Einzeladresspreis.

§ 6 Lettershop und weitere Dienstleistungen

- (1) Dienstleistungen wie Werbemittelerstellung, Adressabgleich, Druck, Konfektionierung, Portooptimierung und Postauflieferung werden im Auftrag des Kunden durch Dritte durchgeführt; für Angebot und Vertragsschluss gilt § 3.
- (2) Beauftragt der Kunde den Verlag mit der Postauflieferung der Werbesendung, so hat der Kunde anfallende Portokosten voraus, eingehend spätestens 5 Tage, vor Postauflieferung zu leisten. Bei nicht rechtzeitigem Zahlungseingang besteht kein Anspruch auf Einhaltung des vereinbarten Postauflieferungstermins. Überzahlungen beim Porto werden mit der Rechnungsstellung der Adressvermietung verrechnet. Die Postbestimmungen oder sonstige Zustellbestimmungen sind vom Kunden einzuhalten. Dem Kunden obliegt selbst die Informationspflicht.
- (3) Das Versandmaterial muss abgezählt und verpackt frei Haus erfolgen. Der Verlag ist nicht zur Kontrolle verpflichtet. Bei Anlieferung ist ein Zuschuss von 5 % einzukalkulieren. Sollte das Versandmaterial nicht mindestens 5 Arbeitstage vor dem geplanten Aussendetermin der Werbesendung vorliegen, oder nicht der in der Auftragsbestätigung genannten Stückzahl (zzgl. eines Zuschusses) entsprechen oder unvollständig sein, so kann der Verlag die Abwicklung des Versands ablehnen und den gesamten Auftrag stornieren. Das Werbematerial wird vernichtet oder auf Kosten des Kunden zurück gesendet. Vom Kunden gewünschte Aussendetermine werden nur durch schriftliche Auftragsbestätigung des Verlags für den Verlag verbindlich; soweit der Kunde einen Verstoß seiner Mitwirkungspflicht zu vertreten hat, verliert der Aussendetermin für den Verlag den verbindlichen Charakter.
- (4) Der Kunde trägt die Verantwortung dafür, dass der Inhalt des angelieferten Werbematerials gegen keinerlei gesetzliche Bestimmungen verstößt. Dieser stellt diesbezüglich den Verlag von eventuellen Schadensersatzansprüchen Dritter (inkl. der Kosten einer erforderlichen Rechtsverteidigung) wegen des Inhalts der Werbesendung frei.

§ 7 Preise und Zahlungen, Stornierungen des Auftrags

- (1) Es gelten die Preise gemäß der aktuellen Preisliste oder der Auftragsbestätigung. Alle Preise sind Nettopreise zzgl. Mehrwertsteuer. Sofern nicht anders vereinbart, sind Rechnungsbeträge sofort netto nach Erhalt der Rechnung zur Zahlung fällig.
- (2) Der Verlag behält sich vor, vertragliche Leistungen nur nach Zahlung per Vorkasse abzuwickeln. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen nach den gesetzlichen Bestimmungen berechnet.
- (3) Bei Stornierung des Auftrags nach Überstellung oder sonstiger Übermittlung der Adressen ist der Kunde verpflichtet dem Verlag eine Stornopauschale in Höhe von 50% des Nettoauftragswerts zu zahlen.

§ 8 Haftungsbeschränkungen

- (1) Jede Vertragspartei haftet unabhängig vom Rechtsgrund für Schäden, die durch schuldhaftes Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht wurden. Die Haftung ist auf den vertragstypischen Schaden begrenzt, mit dessen Entstehen jede Vertragspartei bei Vertragsabschluss aufgrund der ihr zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände rechnen musste. Der Verlag haftet nicht für mangelnden wirtschaftlichen Erfolg des Kunden.
- (2) Für den Verlust von Daten und deren Wiederherstellung haftet der Verlag nach Maßgabe von Abs. (1) nur dann, wenn ein solcher Verlust durch angemessene Datensicherungsmaßnahmen seitens des Kunden nicht vermeidbar gewesen wäre und solange und soweit sich die Daten im Herrschaftsbereich des Verlags befanden.

- (3) Die Haftungsbeschränkungen gemäß Abs. (1) bis (2) gelten sinngemäß auch zugunsten der Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen des Verlags.
- (4) Die Haftung der Vertragsparteien für Schäden, die durch grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitgliedern der Geschäftsführung oder leitenden Angestellten der Vertragsparteien verursacht worden sind, für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie eine eventuelle Haftung des Verlags aufgrund des Produkthaftungsgesetzes bleiben unberührt.

§ 9 Löschung von Adressmaterial

Mit Beendigung des Vertrags, unabhängig von deren Zeitpunkt und Grund, ist der Kunde verpflichtet, das Original sowie alle Kopien und Teilkopien des Adressmaterials zu löschen. Der Kunde hat über die Löschung unaufgefordert binnen 7 Arbeitstagen den Nachweis gegenüber dem Verlag zu erbringen.

§ 10 Geheimhaltung

- (1) Die Vertragsparteien verpflichten sich, alle nicht offenbaren oder öffentlich bekannten Informationen, die ihnen im Rahmen des vorliegenden Vertrags und der unter Bezugnahme auf diesen Vertrag geschlossenen Verträge bekannt werden, streng vertraulich zu behandeln und nur für die Zwecke der Vertragsabwicklung zu verwenden. Dies gilt auch nach Beendigung dieses Vertrags und/oder der Leistungsscheine zu diesem.
- (2) Der Geheimhaltungspflicht gemäß § 10 Abs. (1) unterliegen nicht bzw. nicht mehr solche Informationen bzw. Unterlagen, die allgemein bekannt sind oder allgemein bekannt werden, ohne dass die jeweils andere Vertragspartei dies zu vertreten hat.
- (3) Die Vertragsparteien werden ihre Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen, die mit diesem Vertrag befasst sind, entsprechend § 10 Abs. (1) und (2) verpflichten.

§ 11 Schlussbestimmungen

- (1) Der Verlag behält sich die Änderung der vorliegenden AGB vor. Anwendbar ist deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Erfüllungsort ist Landsberg.
- (2) Bei Widersprüchen zwischen den Regelungen dieser AGB und den Regelungen der jeweiligen Auftragsbestätigung haben die Regelungen dieser AGB grundsätzlich Vorrang.
- (3) Änderungen oder Ergänzungen des Vertrags bedürfen der Schriftform. Der Schriftform in diesem Sinne genügen auch Telefaxe, nicht aber einfache E-Mails. Dies gilt auch für diese Schriftformklausel.
- (4) Gerichtsstand ist München. Dies gilt auch, wenn der Kunde keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland oder seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt nach Vertragsabschluss in das Ausland verlegt hat oder sein Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist.
- (5) Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit dieser AGB im Übrigen nicht berührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, die unwirksame oder unwirksam gewordene Bestimmung durch eine solche zu ersetzen, die dem wirtschaftlichen Sinn und Zweck dieser AGB bzw. der entsprechenden Regelung am ehesten entspricht. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Lücken in diesem Vertrag.

§ 12 Angaben zum Verlag

verlag moderne industrie GmbH
Justus-von-Liebig-Str. 1
D-86899 Landsberg
Amtsgericht Augsburg: HRB 22121
Geschäftsführer: Fabian Müller
Ust-ID: DE 128664175

Hüthig GmbH
Im Weiher 10
D-69121 Heidelberg
Amtsgericht Mannheim: HRB 703044
Geschäftsführer: Fabian Müller
Ust-ID: DE 143 262 410, St.-Nr. 32074/00362

Das sagen unserer Kunden



„Wir setzen zur Gewinnung neuer Messebesucher regelmäßig für Mailings die qualifizierten Entscheideradressen aus dem verlag moderne industrie ein, weil wir unsere Kernzielgruppe aus den vielen Selektionsmöglichkeiten genau herausfiltern können. Die Resonanz auf die Mailings hat unsere Erwartungen bislang deutlich übertroffen.“

Waltraud Speicher, Geschäftsführerin der Meorga GmbH

MEORGA Spezialmessen

Die Meorga GmbH veranstaltet regionale Spezialmessen für Prozessleitsysteme, Mess-, Regel- und Steuerungstechnik. Diese Messen wenden sich an Fachleute und Entscheidungsträger, die in ihren Unternehmen für die Optimierung der Geschäfts- und Produktionsprozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette verantwortlich sind.

Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe.

Nehmen Sie einfach Kontakt mit uns auf:



Alexander Zöller
Tel.: +49 (0) 81 91/125-345
Fax: +49 (0) 81 91/125-555
E-Mail:
alexander.zoeller@mi-verlag.de



Marek Birkenhauer
Tel.: +49 (0) 81 91/125-173
Fax: +49 (0) 81 91/125-555
E-Mail:
marek.birkenhauer@mi-verlag.de