

# Mediadaten 2021



Preisliste Nr. 26  
gültig ab 01.01.2021

**huss**

HUSS-MEDIEN GmbH  
10400 Berlin  
Telefon 030 42151-238  
Telefax 030 42151-300

[www.arbeit-und-arbeitsrecht.de](http://www.arbeit-und-arbeitsrecht.de)

**Fachzeitschrift**

- 1 Titel-Porträt
  - T Termin- und Themenplan
  - P Preisliste
  - F Formate und technische Angaben
  - 2 Auflagen- und Verbreitungsanalyse
- Lernen Sie unsere Leser kennen

- Seite 3
- Seite 4–5
- Seite 6–7
- Seite 8–10
- Seite 11–12
- Seite 13

**Online-Werbung**

- Website
- Newsletter

- Seite 14–15
- Seite 16–17

**Kongress Arbeitsrecht 2021**

- Seite 18

**Die Medienmarke**

**Zielgruppe**

Personalleiter und -referenten, Geschäftsführer sowie alle Entscheider und Mitentscheider der Personalbranche (nähere Informationen siehe Seite 13)

**Themenspektrum**

Arbeitsrecht, Personalpraxis, Vergütung, Rechtsprechung, Service

**Crossmediales Angebot**

Die Fachzeitschrift bietet mit der Website, dem wöchentlichen Redaktions-Newsletter, der **AuA-Magazin-App** mit digitalen Ausgaben für Tablet, Smartphone und PC/Mac, dem jährlichen **Arbeitsrechtskongress** und diversen Sonderausgaben sowie Online-Seminaren und einem ausgesuchten Buchprogramm ein vielseitiges Informationsspektrum mit multimedialem Inhalt.



- 1 Titel:** **Arbeit und Arbeitsrecht**
- 2 Kurzcharakteristik:** Fachzeitschrift für das Personalmanagement
- 3 Zielgruppe:** Besonders lukrativ für Anbieter von Produkten und Leistungen für den Personalbereich ist der umsatzstarke gehobene Mittelstand: Unternehmen mit mehr als 10 Millionen Euro Jahresumsatz und zwischen 100 und 1.000 Mitarbeitern stellen breitgefächerte Anforderungen an ihr Personalmanagement.
- 4 Erscheinungsweise:** monatlich, 12 Ausgaben
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 76. Jahrgang 2021
- 7 Bezugspreis:**
- |  |          |
|--|----------|
| <b>Jahresabonnement Inland</b>             | 235,00 € |
| zuzüglich 15,00 € Porto- und Versandkosten |          |
| <b>Jahresabonnement Ausland</b>            | 255,80 € |
| inklusive Versand                          |          |
| <b>Einzelverkaufspreis</b>                 | 28,00 €  |
| zuzüglich 1,80 € Porto- und Versandkosten  |          |
|  | –        |
- 8 Organ:** –
- 9 Mitgliedschaft/ Teilnahme:** 
- 10 Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH  
Am Friedrichshain 22  
10407 Berlin  
Telefon: 030 42151-0  
www.arbeit-und-arbeitsrecht.de

- 11 Herausgeber:** Christoph Huss
- 12 Anzeigen:** Torsten Ernst (verantwortlich) ☎ -238  
E-Mail: aua.anzeigen@hussmedien.de  
Für Sonderprojekte und Pakete:  
Business Leads  
Paulina Chmaryk  
E-Mail: paulina.chmaryk@business-leads.net  
Telefon: 0221 300656-50
- 13 Redaktion:** Andreas Krabel (verantwortlich) ☎ -302  
E-Mail: andreas.krabel@hussmedien.de

**14 Umfangsanalyse 2019 = 12 Ausgaben**

<b>Gesamtumfang:</b>	<b>786 Seiten = 100,0 %</b>
<hr/>	
Redaktionsteil	653 Seiten = 83,1 %
Anzeigenteil	133 Seiten = 16,9 %
davon: Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0 Seiten = 0,0 %
Verlagseigene Anzeigen	67 Seiten = 8,5 %
Einhefter	0 Seiten = 0,0 %
Beilagen	17 Stück

**15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils:**

**653 Seiten = 100,0 %**

Aktuell	46 Seiten = 7,0 %
Blickpunkt	64 Seiten = 9,8 %
Arbeitsrecht	118 Seiten = 18,1 %
Personalpraxis	117 Seiten = 17,9 %
Vergütung	48 Seiten = 7,3 %
Rechtsprechung	146 Seiten = 22,4 %
Service	50 Seiten = 7,7 %
Sonstiges	64 Seiten = 9,8 %

Ausgabe	Termine	Specials/Hauptthemen	Messen/Veranstaltungen
<b>1</b> Januar	<b>ET 04.01.2021</b> AS 07.12.2020 DU 09.12.2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neues im Arbeits-, Steuer- und Sozialversicherungsrecht 2020</li> <li>• Update zum Jahreswechsel</li> </ul>	<b>Learntec</b> 02.02.–04.02.2021 in Karlsruhe
<b>2</b> Februar	<b>ET 29.01.2021</b> AS 12.01.2021 DU 14.01.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (Digitales) Recruiting</li> <li>• Crowdworking</li> </ul>	<b>Kongress „Arbeitsrecht 2021“</b> 09.02.–10.02.2021 in Berlin <a href="http://www.kongress-arbeitsrecht.de">www.kongress-arbeitsrecht.de</a> (siehe Seite 18) 
<b>3</b> März	<b>ET 02.03.2021</b> AS 11.02.2021 DU 15.02.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitszeit</li> <li>• Zeiterfassung/Zutrittskontrolle</li> </ul>	
<b>4</b> April	<b>ET 01.04.2021</b> AS 15.03.2021 DU 17.03.2021	<b>Special: Zukunft Personal Süd 2021</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umstrukturierung/Kurzarbeit</li> <li>• Change Management/Outplacement</li> </ul>	<b>Zukunft Personal Süd</b> 20.–21.04.2021 in Stuttgart sowie <b>Corporate Health Convention</b> 20.04.–21.04.2021 in Stuttgart
<b>5</b> Mai	<b>ET 03.05.2021</b> AS 14.04.2021 DU 16.04.2021	<b>Special: Zukunft Personal Nord 2021</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agile HR</li> <li>• Digitale Personalprozesse</li> </ul>	<b>Zukunft Personal Nord</b> 18.05.–19.05.2021 in Hamburg
<b>6</b> Juni	<b>ET 02.06.2021</b> AS 12.05.2021 DU 17.05.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Führung 4.0</li> <li>• Homeoffice</li> </ul>	

Ausgabe	Termine	Specials/Hauptthemen	Messen/Veranstaltungen
<b>7</b> Juli	<b>ET 01.07.2021</b> AS 14.06.2021 DU 16.06.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalcontrolling/KPIs</li> <li>• Künstliche Intelligenz</li> </ul>	
<b>8</b> August	<b>ET 05.08.2021</b> AS 13.07.2021 DU 15.07.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbildung 4.0</li> <li>• Talentmanagement</li> </ul>	
<b>9</b> September	<b>ET 09.09.2021</b> AS 17.08.2021 DU 19.08.2021	<p><b>Special: Zukunft Personal Europe 2021</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiterbildung</li> <li>• E-Learning/Digitale Plattformen</li> </ul>	<p><b>Zukunft Personal Europe</b> 14.09.–16.09.2021 in Köln</p> <p><b>Personalmanagementkongress</b> 20.–21.09.2021 in Berlin</p>
<b>10</b> Oktober	<b>ET 01.10.2021</b> AS 14.09.2021 DU 16.09.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentives</li> <li>• Compensation &amp; Benefits</li> </ul>	
<b>11</b> November	<b>ET 29.10.2021</b> AS 12.10.2021 DU 14.10.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Work-Life-Integration</li> <li>• Mitarbeitermotivation</li> </ul>	<b>TALENTpro</b> 24.11.–25.11.2021 in München
<b>12</b> Dezember	<b>ET 30.11.2021</b> AS 11.11.2021 DU 15.11.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reisekosten</li> <li>• Betriebliche Altersversorgung</li> </ul>	
<b>1</b> Januar	<b>ET 05.01.2022</b> AS 13.12.2021 DU 15.12.2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neues im Arbeits-, Steuer- und Sozialversicherungsrecht 2022</li> <li>• Trends im HR-Management</li> </ul>	<b>Learntec</b> Januar 2022 in Karlsruhe

**1 Anzeigenpreise und Formate:**

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

	<b>1/1 Seite</b>	<b>Juniorpage</b>	<b>1/2 Seite hoch</b>	<b>1/2 Seite quer</b>	<b>1/3 Seite hoch</b>	<b>1/3 Seite quer</b>	<b>1/4 Seite hoch</b>	<b>1/4 Seite quer</b>
<b>im Satzspiegel</b>	185×260 mm	130×185 mm	90×260 mm	185×130 mm	58×260 mm	185×85 mm	42×260 mm	185×63 mm
<b>im Anschnitt*</b>	210×297 mm	145×202 mm	103×297 mm	210×146 mm	70×297 mm	210×96 mm	57×297 mm	210×79 mm
<b>sw-Preis</b>	3.050,- €	1.960,- €	1.760,- €	1.760,- €	1.410,- €	1.410,- €	1.180,- €	1.180,- €
<b>Preis 2-farbig</b>	3.350,- €	2.260,- €	2.060,- €	2.060,- €	1.560,- €	1.560,- €	1.330,- €	1.330,- €
<b>Preis 4-farbig</b>	3.950,- €	2.860,- €	2.660,- €	2.660,- €	1.860,- €	1.860,- €	1.630,- €	1.630,- €
	<b>1/4 Seite Standard</b>	<b>1/6 Seite hoch</b>	<b>1/6 Seite quer</b>	<b>1/6 Seite Standard</b>	<b>1/8 Seite hoch</b>	<b>1/8 Seite quer</b>	<b>1/8 Seite Standard</b>	
<b>im Satzspiegel</b>	90×130 mm	58×130 mm	185×45 mm	90×95 mm	42×130 mm	185×30 mm	90×63 mm	
<b>im Anschnitt*</b>	103×146 mm	-	-	-	-	-	-	
<b>sw-Preis</b>	1.180,- €	970,- €	970,- €	970,- €	870,- €	870,- €	870,- €	
<b>Preis 2-farbig</b>	1.330,- €	1.120,- €	1.120,- €	1.120,- €	1.020,- €	1.020,- €	1.020,- €	
<b>Preis 4-farbig</b>	1.630,- €	1.420,- €	1.420,- €	1.420,- €	1.320,- €	1.320,- €	1.320,- €	

**2 Zuschläge:  
Platzierung**

4. Umschlagseite	10 % vom Grundpreis
2. + 3. Umschlagseite	10 % vom Grundpreis

**Farbe**

Farbe wird über Farbzuschlag berechnet (nicht rabattierbar).

je Farbe (Euroskala)	300,- €
Zuschlag 4-farbig	900,- €
1/3 Seite und kleiner je Farbe	150,- €
je Sonderfarbe HKS	750,- €
Sonderfarbe Pantone	auf Anfrage

**Format**

Inselanzeigen	70 % vom 1/1-Grundpreis
angeschnittene Anzeigen	10 % vom Grundpreis
bindende Platzierung	10 % vom Grundpreis

**3 Rabatte:**

Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

<b>Malstaffel</b>		<b>Mengenstaffel</b>	
bei 3 Anzeigen	5 %	2 Seiten	5 %
bei 6 Anzeigen	8 %	4 Seiten	10 %
bei 9 Anzeigen	10 %	6 Seiten	15 %
bei 12 Anzeigen	15 %	8 Seiten	20 %

Auf Farb-/Anschnittzuschläge, Ad Specials und Beilagen sowie Stellenanzeigen kein Nachlass. Kombi-Rabatte bei Crossmedia-Kampagnen auf Anfrage.

**4 Rubriken:**

Stellenanzeigen (pro mm und Spalte)	2,80 €
-------------------------------------	--------

**5 Sonder-  
werbformen:**

**Beihefter**

2-seitig (unbeschnitten: 213×307 mm)	2.655,- €
4-seitig (unbeschnitten: 426×307 mm)	4.995,- €

(andere Beihefterumfänge auf Anfrage)

**Beilagen** (lose eingelegt, nicht rabattierbar)

bis 25 g	‰ 240,- €
bis 50 g	‰ 290,- €
Für jede weiteren 10 g	‰ 15,50 €

zuzüglich Mehrporto

**Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u. a.**

(nicht rabattierbar)

Preis (maschinelle Klebung)	‰ 85,- €
Preis (manuelle Klebung)	‰ 165,- €

zuzüglich Mehrporto

**6 Kontakt:**

Torsten Ernst (verantwortlich)  
Telefon: 030 42151-238  
E-Mail: [aau.anzeigen@hussmedien.de](mailto:aau.anzeigen@hussmedien.de)

**7 Zahlungs-  
bedingungen/  
Bankverbindung:**

Commerzbank  
Konto-Nr.: 976005901  
BLZ: 120 400 00  
IBAN: DE61 1204 0000 0976 0059 01  
BIC: COBADEFFXXX

UST-Ident-Nr.: DE 137189299  
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.  
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch, DIN A4  
unbeschnitten: 216 mm breit x 303 mm hoch
- Satzspiegel:** 185 mm breit x 260 mm hoch  
3 Spalten = 2 x je 67 mm, 1 x 40 mm
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offsetdruck, Drahrückstichheftung  
Bevorzugt werden digitale Druckunterlagen verwendet. Die Anfertigung sämtlicher Druckvorlagen, auch digitale Daten, wird berechnet.
- 3 Datenübermittlung:** **FTP:** Ihre FTP-Zugangsdaten erhalten Sie per E-Mail von Ihrem Ansprechpartner in unserem Haus.  
**E-Mail:** Per E-Mail übermittelte Daten dürfen die Größe von 15 MB nicht überschreiten und sollten gepackt sein (zip/sit-Format).  
**Datenträger:** CD-ROM, Daten-DVD  
**Angaben zum Datenversand:** Zusammen mit den Daten werden alle Informationen über Zeitschrift/ Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Dateinamen und Farben benötigt.  
Auf dem Postweg versendete Daten schicken Sie bitte ebenso an die Anzeigenabteilung.
- 4 Datenformate:** Für den Offsetdruck geeignete, hochaufgelöste Dateien im PDF-Format (pdf 1.3) mit eingebetteten Schriften (PDFX-1a, PDFX-3 oder PDFX4)  
Die Annahme offener Daten ist möglich.  
**Für offene Daten gilt:** Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, auch in EPS-Files enthaltene, müssen dem Auftrag beigelegt sein.  
Bilder und Grafiken müssen im CMYK-Modus zur Verfügung gestellt werden.

- 5 Farben:** Der Druck erfolgt nach der Eurokala im Prozessstandard Offsetdruck (PSO) mit den Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz.  
**Profile:** ISOcoated\_v2\_eci.icc (in der Regel Papiertyp 1 Fogra 39L).  
Das entsprechende Profil zur Bildseparation und PDF-Ausgabe finden Sie auf der Internetseite des ECI ([www.eci.org](http://www.eci.org)).
- 6 Proof:** Von jeder Seite wird ein farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm) oder je Farbe ein sw-Ausdruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (EURO-Skala, HKS, Pantone).  
Farbandrucke vom Farbkopierer sind nicht farbverbindlich für den Druck.
- 7 Datenarchivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich.  
Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung:** Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann verarbeitet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung.
- 9 Kontakt:** Technische Information zum digitalen Datenversand:  
**Anzeigenabteilung Arbeit und Arbeitsrecht**  
Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin  
Telefon: 030 42151-238  
Telefax: 030 42151-300  
E-Mail: [aua.anzeigen@hussmedien.de](mailto:aua.anzeigen@hussmedien.de)

**Beihefter:**

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen und Gewichtsangaben erforderlich. Beihefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktions- teil verwechselt werden können. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

**Formate:**

unbeschnitten  
1 Blatt (= 2 Seiten) 213 mm breit x 307 mm hoch  
2 Blatt (= 4 Seiten) 426 mm breit x 307 mm hoch  
3 Blatt (= 6 Seiten) 614 mm breit x 307 mm hoch  
4 Blatt (= 8 Seiten) = 2 x 2 Blatt

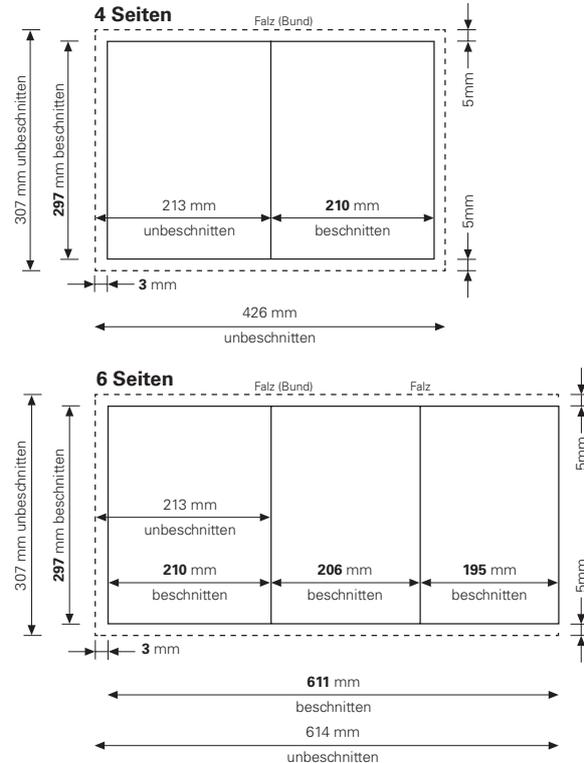
**Technische Angaben:**

Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Beihefter müssen gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen. Beihefter müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebarbeiten werden gesondert berechnet.

**Benötigte Liefermenge:** 8.100 Exemplare einschließlich Zuschuss

**Anlieferungstermin:** Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

**Beschnittschema Rückstichheftung:**



Die Zeitschrift **Arbeit und Arbeitsrecht** ist geheftet.

- Beilagen:** Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters mit Größen- und Gewichtsangabe bis spätestens Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.
- Beilagenhinweis:** Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.
- Benötigte Auflage:** 8.100 Exemplare einschließlich Zuschuss
- Anliefertermin:** Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.
- Format:** Maximal 205 mm breit x 290 mm hoch
- Technische Angaben:** Beilagen müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z. B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.

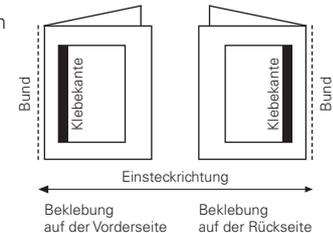
- Aufgeklebte Postkarten:** Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m<sup>2</sup>) und Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich. Warenmuster können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.

- Formate:** Für aufgeklebte Postkarten gelten die Postvorschriften. Maximalgröße für aufgeklebte Warenmuster: 25 cm<sup>2</sup>, Maximallänge einer Kante: 6 cm

- Benötigte Liefermenge:** 8.100 Exemplare bei Gesamtauflage einschl. Zuschuss

- Anlieferungstermin:** Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

- Technische Angaben:** Bei aufgeklebten Postkarten sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen.



- Versandanschrift:** Bavaria Druck GmbH  
Joseph-Dollinger-Bogen 5  
80807 München

- Liefervermerk:** Für Arbeit und Arbeitsrecht Nr. X/2021,  
Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache,  
Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

**1 Auflagenkontrolle:**

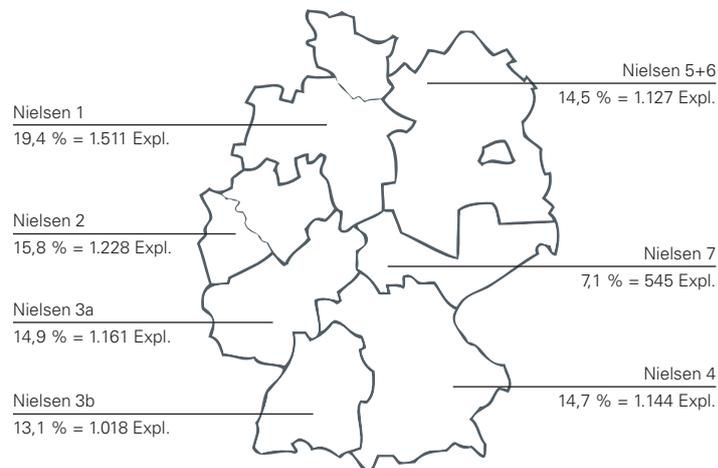
**2 Auflagenanalyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
(1. März 2019 bis 28. Februar 2020)

Druckauflage	8.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	7.769	davon Ausland:	35
Verkaufte Auflage:	3.794	davon Ausland:	34
abonnierte Exemplare:	2.771	davon Mitgliederstücke:	0
Einzelverkauf:	0		
sonstiger Verkauf:	1.023		
Freistücke:	3.975		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	231		

**3 Geografische Verbreitungsanalyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,5	7.734
Ausland	0,5	35
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	7.769

**3.1 Verbreitung nach Nielsengebieten:**



**Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3)**

**1 Untersuchungsmethode:**

Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

**2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:**

**2.1 Beschaffenheit der Datei:**

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst.

**2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:**

48.909

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:**

(Wechsel nach jeder Ausgabe)

44.988

**2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:**

Verkaufte Auflage		3.794
davon: abonnierte Exemplare	2.771	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	1.023	
Freistücke		3.975
davon: ständige Freistücke	127	
wechselnde Freistücke	3.749	
Werbeexemplare	99	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		7.769
davon: Inland	7.734	
Ausland	35	

**3 Beschreibung der Untersuchung:**

**3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):**

Grundgesamtheit (tvA)		7.769 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:		99 = 1,3 %
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	1.023	
Werbeexemplare	99	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)		7.670 = 98,7 %

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:**

28. Februar 2020

**3.3 Beschreibung der Datenbasis:**

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

**3.4 Zielperson der Untersuchung:**

entfällt

**3.5 Definition des Lesers:**

Seite 13

**3.6 Zeitraum der Untersuchung:**

1. März 2019 bis 1. Februar 2020

**3.7 Durchführung der Untersuchung:**

Verlag



**Personalleiter**

65 % der Leserschaft  
40–60 Jahre alt

- Verfügt über einen Abschluss in einer betriebswirtschaftlichen Fachrichtung
- Führt Mitarbeiter
- Nutzt in der AuA insbesondere die arbeitsrechtlichen Entscheidungen und Urteile
- Sucht schnellen Zugriff auf Fachinformationen
- Nutzt Print- und Onlinemedien
- Ist in engem Austausch mit der Geschäftsleitung und setzt strategische Ziele um
- Nutzt beruflich soziale Netzwerke wie Xing oder LinkedIn
- Entscheidet über Budgets



**Rechtsanwalt**

10 % der Leserschaft  
35–55 Jahre alt

- Verfügt über eine juristische Ausbildung
- Ist in größeren Unternehmen als „Justiziar“ oder in „eigener Kanzlei“ tätig
- Seine Aufgaben sind stärker juristisch geprägt
- Nutzt juristische Fachdatenbanken
- Ist Berater der Geschäftsführung in allen arbeitsrechtlichen Fragestellungen
- Ist Investitionsentscheider für Wissensmanagement



**Geschäftsführer**

10 % der Leserschaft  
45–60 Jahre alt

- Führt Mitarbeiter
- In kleinen Unternehmen gleichzeitig auch Personalleiter
- Nutzt in der AuA insbesondere die arbeitsrechtlichen Entscheidungen und Urteile
- Sucht schnellen Zugriff auf Fachinformationen
- Nutzt Online- wie Printmedien
- Beschäftigt sich mit Personalthemen: Mitarbeiterführung, motivation, -zufriedenheit, New Work, arbeitsrechtliche Fragestellungen etc.
- Ist Investitionsentscheider



**HR-Mitarbeiter**

10 % der Leserschaft  
25–40 Jahre alt

- Verfügt über einen Abschluss in einer betriebswirtschaftlichen Fachrichtung
- Nutzt in der AuA gerne die Praxisbeispiele
- Benötigt regelmäßig Hilfe bei Fachthemen
- Vertraut Branchenexperten
- Unterstützt das Recruiting
- Setzt sich für die Zufriedenheit der Mitarbeiter ein
- Nutzt eher Onlinemedien
- Nutzt beruflich soziale Netzwerke wie Xing oder LinkedIn

**Allgemeine Aussagen:** Leser der Fachzeitschrift Arbeit und Arbeitsrecht stehen mit beiden Beinen im Leben und sind offen für Produkte und Dienstleistungen, die im Arbeitsalltag zur Unterstützung der eigenen Arbeit eingesetzt werden können. Die großen Themen der Zielgruppe sind arbeitsrechtliche Fragestellungen, Recruiting, Mitarbeiterzufriedenheit, -bindung und -motivation sowie der Fachkräftemangel. Kleine Investitionsentscheidungen können selbst beauftragt werden, größere Entscheidungen obliegen dem Geschäftsführer oder Abteilungsleiter.

Quelle: Redaktionelle Leserbefragung 2017.

**Web-Adresse:** [www.arbeit-und-arbeitsrecht.de](http://www.arbeit-und-arbeitsrecht.de)

**Kurzcharakteristik:** Die Website für das Personalmanagement

**Zielgruppe:** Personalleiter und -referenten, Geschäftsführer sowie Entscheider und Mitentscheider der Personalbranche

**Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH  
10400 Berlin · Deutschland  
Hausanschrift:  
Am Friedrichshain 22  
10407 Berlin

**Ansprechpartner  
Redaktion:** Andreas Krabel, Chefredakteur  
E-Mail: [andreas.krabel@hussmedien.de](mailto:andreas.krabel@hussmedien.de)  
Telefon: 030 42151-302

**Ansprechpartner  
Online-Werbung:** Simone Ritter  
E-Mail: [aau.anzeigen@hussmedien.de](mailto:aau.anzeigen@hussmedien.de)  
Telefon: 030 42151-238

**Zahlungs-  
bedingungen/  
Bankverbindung:** Commerzbank  
Konto-Nr.: 976005901  
BLZ: 120 400 00  
IBAN: DE61 1204 0000 0976 0059 01  
BIC: COBADEFFXXX  
USt-Ident-Nr.: DE 137189299  
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.  
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Arbeit und  
Arbeitsrecht

**Jetzt NEU – AuA-Digital.**  
Hier testen >

---

Artikel
Rechtsprechung
Heftarchiv
Print-/Digital-Angebote
Seminare
Stellenmarkt
Media

---

Anzeige

### Remote Workshops gestalten

Wir schulen Digital Workshop Facilitation mit einem ganzheitlichen Ansatz

grooviz.de

ÖFFNEN

31.8.2020

**Geschäftsreisen im New Normal**  
38 % der Geschäftsreisenden sehen ihrer nächsten Dienstreise mit gemischten Gefühlen entgegen, weitere 12 % sind sogar ängstlich...

24.8.2020

**Mehr Sicherheit für Arbeitgeber**  
Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) konkretisiert mit der am 20. August veröffentlichten neuen SARS-CoV...

21.8.2020

**Gute Integration Geflüchteter in den deutschen Arbeitsmarkt**  
Laut einer Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) kommt die Integration Geflüchteter in den hiesigen...

Anzeige

ZUKUNFT  
PERSONAL

## DISCOVER ZP EUROPE VIRTUAL

12. - 16. OKTOBER 2020

JETZT  
REGISTRIEREN!

Was suchen Sie?

20.8.2020

Diskussion um Vier-Tage-Woche nimmt

20.8.2020

Fast die Hälfte der Arbeitgeber sieht

Recherche im Archiv

**Rubriken:** gesamte Website im Rotationsverfahren mit höchstens 3 weiteren Bannern oder exklusiv

**Dateiformate:** GIF, JPG, PNG maximal 100 kB  
HTML, Javascript  
Die Dateigröße versteht sich als Summe aus Quellcode und eingebetteten Grafiken.  
Dauer der Animation 15 Sekunden

**Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse:  
aua.anzeigen@hussmedien.de

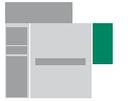
**Lieferfrist:** spätestens 5 Arbeitstage vor Kampagnenbeginn  
Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.

**Bei Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:**

- Kundenname
- Buchungszeitraum
- Platzierung auf der Site
- Ansprechpartner
- Klick-URL
- Kampagnenname
- belegte Site
- Werbeformat
- Motivname (optional)
- Alt-Text (optional)

**Reporting:**

Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung der Ad-Impressions und Ad-Clicks.

	Werbeform	Format (Breite x Höhe)	Platzierung	TKP (Preis je 1.000 AI)
	<b>Billboard</b>	bis maximal 980 x 300 (oder Standard 850 x 250) Pixel	direkt unter der Hauptnavigation	95,- €
	<b>Half Page Rechts (sticky)</b>	300 x 600 Pixel	rechts außen oder mobile Content unterhalb	215,- €
	<b>Skyscraper (sticky)</b>	160 x 600 Pixel	rechts außen oder mobile Content unterhalb	90,- €
	<b>Super Banner Content (oder Full Banner)</b>	728 x 90 (oder 468 x 60) Pixel	Content oberhalb oder mobile (teilweise) Content Top	115,- €
	<b>Half Page Links (sticky)</b>	300 x 600 Pixel	linke Sitebar	215,- €
	<b>Rectangle</b>	300 x 250 (bis maximal 300 x 300) Pixel	linke Sitebar oder mobile Content oberhalb	110,- €
	<b>Large Mobile (oder Half Banner)</b>	300 x 100 (oder 234 x 60) Pixel	linke Sitebar oder mobile (teilweise) Content Top	40,- €

**Name:** Arbeit und Arbeitsrecht Newsletter

**Kurzcharakteristik:** Der Redaktions-Newsletter erscheint zu aktuellen Themen und beleuchtet Trends; Terminhinweise zu Messen und Events sowie Literaturtipps runden das Angebot ab.

**Zielgruppe:** Der Newsletter erreicht Abonnenten, die an News und Produkten aus dem Fachgebiet interessiert sind. Die Abonnenten kommen aus dem Personalwesen.

**Erscheinungsweise:** wöchentlich

**Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH  
10400 Berlin · Deutschland  
Hausanschrift:  
Am Friedrichshain 22  
10407 Berlin

**Ansprechpartner  
Redaktion:** Andreas Krabel, Chefredakteur  
E-Mail: andreas.krabel@hussmedien.de  
Telefon: 030 42151-302

**Ansprechpartner  
Anzeigen:** Simone Ritter  
E-Mail: aua.anzeige@hussmedien.de  
Telefon: 030 42151-238

**Zahlungs-  
bedingungen/  
Bankverbindung:** Commerzbank  
Konto-Nr.: 976005901  
BLZ: 120 400 00  
IBAN: DE61 1204 0000 0976 0059 01  
BIC: COBADEFFXXX  
USt-Ident-Nr.: DE 137189299  
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.  
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

**AuA** Arbeit und Arbeitsrecht  
Personal | Praxis | Recht

Jetzt auf [arbeit-und-arbeitsrecht.de](http://arbeit-und-arbeitsrecht.de)

**BAG kippt Berliner Kopftuchverbot**  
Ein pauschales Kopftuchverbot für Lehrerinnen i. S. d. Berliner Neutralitätsgesetzes ist nicht mit dem Grundgesetz vereinbar. Das hat das BAG in einem Urteil vom 27.8.2020 (8 AZR 62/19) entschieden. [weiterlesen >>](#)

Anzeige

**Mitarbeiter verstehen und stärken: Wie Ihr Unternehmen von einem personenzentrierten Ansatz profitieren kann**  
Viele Personalstrategien sind zunehmend veraltet und basieren auf der Vorstellung, dass Menschen Ressourcen sind und eine Einheitslösung für alle geeignet ist. Moderne Unternehmen müssen den Erfolg ihrer Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellen. Dieser Ratgeber soll HR-Führungskräften wie Ihnen dabei helfen, eine Personalstrategie zu entwickeln, die den Anforderungen der neuen Arbeitswelt gerecht wird. [Jetzt herunterladen >>](#)

**Geschäftsreisen im New Normal**  
38 % der Geschäftsreisenden sehen ihrer nächsten Dienstreise mit gemischten Gefühlen entgegen, weitere 12 % sind sogar ängstlich. 30 % der Befragten freuen sich hingegen auf die nächste Geschäftsreise. Das sind die Ergebnisse einer weltweiten Studie im Auftrag der SAP-Concur-Organisation, in deren Zusammenhang in Deutschland 500 Geschäftsreisende sowie 100 Travel Manager befragt wurden. [weiterlesen >>](#)

Anzeige

**Gratis** Das Jahr endet im Oktober.  
Was andere übers ganze Jahr machen, schaffen Sie in nur 10 Monaten – mit digitalen Tools und Prozessen für Ihre Personalarbeit. Wie das geht, erfahren Sie in unserem kostenlosen Whitepaper.

**Rabatte:** Bei Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

**Malstaffel**

bei 3 Schaltungen 5 %  
 bei 6 Schaltungen 8 %  
 bei 9 Schaltungen 10 %  
 bei 12 Schaltungen 12 %

**Dateiformate:** JPG, PNG 100 kB

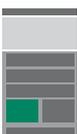
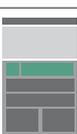
**Newsletterformat:** HTML und Text

**Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse:  
 aua.anzeigen@hussmedien.de

**Lieferfrist:** spätestens 5 Arbeitstage vor Kampagnenbeginn  
 Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.

**Bei Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:**

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- belegte Site
- Platzierung auf der Site
- Werbeformat
- Ansprechpartner
- Motivname (optional)
- Klick-URL
- Alt-Text (optional)

	Werbeform	Format (Breite x Höhe)	Platzierung	Preis je Ausgabe
	<b>Full Banner</b>	468 x 60 Pixel	horizontal, über dem Inhalt	275,- €
	<b>Special NL Banner*</b>	650 x 85 Pixel	horizontal, über gesamte Newsletterbreite	285,- €
	<b>Medium Rectangle</b>	300 x 250 Pixel	seitenintegriert, im zweiseitigen Teil	220,- €
	<b>Textanzeige</b>	maximal 600 Zeichen inklusive Leerzeichen	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert	410,- €
	<b>Textanzeige mit Bild</b>	maximal 500 Zeichen inklusive Leerzeichen + Bild	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert, mit Bild	440,- €

\* Weitere Formate auf Anfrage.

## 16. Kongress Arbeitsrecht 2021

9. und 10. Februar 2021 im Estrel Berlin und digital

**Kongress:** Führende Fachanwälte und Professoren geben Einblicke in die neuesten Entwicklungen, erläutern die aktuellsten arbeitsrechtlichen Entscheidungen und die wichtigsten Veränderungen auf dem Gebiet des Arbeits- und Tarifrechts.

**Zielgruppe:** Geschäftsführer und Vorstände, Personalleiter, Verbandsjuristen und Fachanwälte

**Teilnehmerzahl:** ca. 200 Personen

**Tagungsort und digital:**

Estrel Berlin, Sonnenallee 225 in 12057 Berlin  
Telefon: +49 30 6831-0  
E-Mail: hotel@estrel.com

### Jetzt Sponsor werden!

Fordern Sie unsere Sponsorenmappe an oder sprechen Sie uns persönlich an!

**Ihr Ansprechpartner:**

Simone Ritter  
Telefon: +49 30 42151-238  
Telefax: +49 30 42151-480  
E-Mail: aua.anzeigen@hussmedien.de

**Weitere Infos im Netz unter:** [www.kongress-arbeitsrecht.de](http://www.kongress-arbeitsrecht.de)

**Weitere Veranstaltungsformate:** Round Table – „open“ oder „closed“, Workshops/Seminare, Roadshows, Online-Seminare u. v. m.

### Sprechen Sie uns an!



- 1. „Anzeigenauftrag“** im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckschrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Prälistie zu gewährenden Rabatte. Rechteverbindliche Anzeigenaufträge kommen erst durch schriftliche Bestätigung des Auftraggebers zustande.
- 2. Abruf:** Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses keine Zeit zum Abrufen vereinbart, so ist der Auftragnehmer verpflichtet, die Anzeigen innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzurufen, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- 3. Bei Abschlüssen** sind die Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in der Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannten Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
- 4. Online-Werbung** (d. h. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach den im Rahmen gegebenen Zeitraumen. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten, die im Rahmen der Online-Werbung veröffentlicht werden, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannermeister des Verlags angezeigten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
- 5. Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Aufträge im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen gesetzliche oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberecht in einem Beschwerdeverfahren beanstandet ist, die Anzeigen den Regeln der Herkunft und der technischen Form unzureichend entsprechen oder die Anzeigen nicht den durch Format und Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandes der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagserigen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntnislerlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbeformen, die im Widerspruch zu diesen Bestimmungen stehen, können auch nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
- 6. Anzeigenschluss:** In die in den Prälistien angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlustrmine kurzfristig, dem Produktionsprozess entsprechend, anzupassen.
- 7. Das Storno:** von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Beginn der Kampagne (Online) möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreislei fällig. Kunden und Rücktritts, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden frühestens um die nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Anzeigen nach Anzeigenschluss nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Für die Kündigung reichen Telefax oder E-Mail.
- 8. Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder den Online-Medien veröffentlicht, in die jeweils 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. Haftung für die Inhalte:** Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbetafel sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenanzeige, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils geltenden Anzeigengesetzes. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Kosten der Gegenanzeige zu übernehmen, wenn er keine Ansprüche gegen den Verlag, zu dem die Gegenanzeige veröffentlicht wird, geltend macht.
- 10. Druckunterlagen:** Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenprälistie des Verlags zu entnehmen.  
**Gefahrübergang** ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werbetormen. Die Übersendung von mehr als zwei Farblayouts, die nicht termingerecht sind, und der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer, die von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Sofern möglich, wird der Verlag jedoch für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern.  
**Rücksendung:** 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 Datenmaterial mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlags über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Vergütung von 5,00 € an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück gesendet.  
**Abdrückhöhe 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 angelegten Druckunterlage die Abdrückhöhe von der bestellten Abdrückhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.  
**Probabzüge** werden nur nach Wunsch geliefert. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbetafel sowie hinsichtlich des Probabzuges freigestellt. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probabzüge.  
**Werden Druckvorlagen oder Online-Werbung digital:** z. B. Diskette, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. ISDN, E-Mail) papieren an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:  
**Datenschutz:** Bei digitalen Daten werden zusammengehörende Daten nach der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Daten innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesammelt bzw. gespeichert werden. Anzeigenordnungen sollen nur mit geschlossenen Daten digital übertragen werden. Der Verlag hat die 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.  
**Online-Werbung** darf nach Absprache mit dem Verlag nur in geeigneten Dateiformaten angefertigt werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelegte Dateien.  
**Farbanzeigen:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Digitale erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA/UGRA-Medienleit in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstrefen aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbabweichungen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden. Die Nachlieferung von Nachdrucke ist nur nach schriftlicher Überprüfung zu können. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.  
**3. Chiffrenzeigen:** Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um elektronische Eingänge handelt. Wertvollere Eingänge werden vier Wochen lang aufbewahrt, ohne den Auftraggeber zu benachteiligen. Anzeigen, die nicht abgeholt wurden, sind dem Auftraggeber zuzurechnen. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Ziffernmediums zu Prüfverfahren zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechneten, Zuschriften auf Ziffernanzeigen zu öffnen.  
**13. Errechnung Abnahmehempe:** Bei der Errechnung der Abnahmehempen werden Text-Millimeterzeilen mit Preis entsprechend in Angebots-Millimeter umgerechnet.  
**14. Zusätzliche Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen unsorgfältig vereinbart. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Kosten für den Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.  
**15. Nachlässe:** Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtschritten, den Unterschied zwischen dem gewählten und dem tatsächlich Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

- 16. Preisänderungen:** Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungsdatum des neuen Tarifs in Kraft.
- 17. Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Onlineverbreitung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.  
**18. Anzeigenschluss:** Die Anzeigen sind bis zum Anzeigenschluss (siehe Prälistie) freigegeben. Nach dem Anzeigenschluss ist ein Anspruch auf Preisänderung hergestellt werden, wenn die in der Preisliste garantierte Verkaufsaufträge im Gesamtdruckumfang des vergangenen Inserentenjahres laut IWM-Medienlagen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungs- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeigen vom Verlag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, wenn die Auflage nach dem Anzeigenschluss abgedruckt werden kann.  
**19. Rechnungen** sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Rechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.  
**20. Bei Zahlungsverzug** oder Forderung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von neun Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrags, sowie ein Verzugschadenspauschale in Höhe von 40,00 € dem Grunde, die auf ein geschuldetes Zahlungsmittel bezogen werden, dem Auftraggeber (sachwecklich höher ist B. wegen Kosten der Rechtsverteidigung). Die Pauschale fällt auch bei verspäteter Abgabe- oder Ratenzahlungen an, ist § 288 BGB n. F. Zahlungsverzug betragen im kaufmännischen Geschäftsverkehr längstens 60 Tage, es sei denn, darüber hinausgehende Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig. Ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugsfall bei 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Dies gilt auch im Fall der Stundung. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugschadens behält sich der Verlag gegenüber Unternehmen und Verbrauchern vor. Den Verzugsrampfen bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen niedrigeren oder einen höheren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug von Unternehmen und Verbrauchern die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. 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 Zahlungsvolumen von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenhaltender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.  
**21. Gewährleistung:** Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nachherfüllung) oder Minderung des Anzeigenpreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt ist, verlangen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei unangemessener Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung die Mängel bei der Druckunterlage gemeldet hat. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Druckunterlagen vollständig und richtig zu überprüfen. Die Gewährleistung bei **Online-Werbung** auf sich solche Fehler in der Wiedergabe der Online-Werbetafel beschränkt, die in der Einflussgröße des Verlags, d. h. insbesondere auf dem Server des Verlags entstehen bzw. begründet sind. Die Gewährleistung gilt ferner nicht für unwesentliche Fehler, z. B. dann, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Online-Werbetafel deren Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe der Online-Werbetafel zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers vor einer erheblichen Zeit (mehr als 24 Stunden) innerhalb der vereinbarten Laufzeit der Werbung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Mediatechnologie nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Inserenzzeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in die Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Mediateleinstellen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einem Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der nicht länger als 24 Stunden fortlaufend und/oder innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der Werbung vertraglich vereinbarte Schaltung andauert. Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen und die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbung nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingte bestmögliche Wiedergabe der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten.  
**Reklamationen** offentsichtlicher Mängel müssen vom Auftraggeber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung schriftlich geltend gemacht werden. Schriftliche Gewährleistungsansprüche weihen nur Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres.  
**22.a) zur Haftung, gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden**  
 (1) durch schuldhafte Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in die eines Erreichens des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder  
 (2) durch Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zu zuführen sind.  
 b) Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.  
 c) Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.  
 d) Die Haftung für Schäden, die durch fehlerhafte oder unzulässige vertraglicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zuzuführen sind.  
 e) Ansonsten ist jede Haftung des Verlags auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.  
 f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gemäß den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein. Eine Haftung des Verlags wegen Personenschäden, Fehlens zugehöriger Eigenschaften oder nach dem Produktionsrisiko besteht nicht.  
 g) Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen.  
 h) Der Verlag übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn die Übermittlung in der Vorlage nicht erfolgt ist, die Übermittlung aber auf dem Inhalt der Übermittlung beruht.  
 i) Die Haftung des Verlags für die eventuelle entstehenden Mehrkosten z. B. zur Nachbesetzung der Druckunterlagen oder für Maschinenstillstände muss weiterberechnet werden.  
**3. Fälle höherer Gewalt** wie z. B. Arbeitskampffmaßnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Kann der Verlag dennoch die Aufträge mit 80 % der verkauften Auflage erfüllen, so hat der Verlag Anspruch auf die volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Selbstpreis gemäß der im Tarif genannten verkauften Auflage zu berechnen.  
**23. Erfüllungsort und Gerichtsstand** ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung, wobei zwingendes Verbraucherrecht des Landes, in dem Sie sich gewöhnlich aufhalten, anwendbar bleibt.  
**Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags**  
 a) Die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags, die Auftragsbestätigung, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.  
 b) Die **Werbungsmittel** und **Werbeagenturen** sind verpflichtet, sich in ihren Anzeigen, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.  
 c) Bei Auftraggeber/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann **Vorauskasse** zum Anzeigenschlussstermin verlangt werden.  
 d) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien Art (inklusive Internet) erforderlichen Urheberrechtlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang. Der Auftraggeber garantiert, dass er die Nutzungsrechte frei von Rechten Dritten an den Verlag überträgt, andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschließlich der Kosten für die Rechtsverteidigung.

# huss

# Fach-Publikationen der HUSS-Verlagsgruppe Berlin · München

## HUSS-MEDIEN GmbH

Am Friedrichshain 22  
10407 Berlin  
Tel. +49 30 42151-0  
management@hussmedien.de  
www.huss.de



## HUSS-VERLAG GmbH

Joseph-Dollinger-Bogen 5  
80807 München  
Tel. +49 89 32391-0  
management@hussverlag.de  
www.huss.de



tw.huss-verlag.de  
xi.huss-verlag.de  
fb.huss-verlag.de

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!

