

MEDIA- INFORMATION



HARZER

Treffsicher und günstig werben!

Anzeigenpreisliste Nr. 10

gültig ab 1. Januar 2009

Mit weniger Budget mehr erreichen!

**Das E-Mail-
Medium!**

**gis-report
news*****

...der GEOletter

www.GEObranchen.de

**...Supra schnell
...Mega günstig!**

In der Bernhard Harzer Verlag GmbH werden für die Geoinformations-Branche herausragende Marketing- und Kommunikationsinstrumente herausgegeben. Eine dieser Publikationen ist **gis-report-news*****, der etwa 14-tägig erscheinende E-Mail-Newsletter von „GEObranchen.de“ Kundenorientiert, aktuell, informativ und kompetent erreicht dieses Medium ein breites Fachpublikum. Hier werden geldwerte Informationen stets aktuell online bereitgestellt und durch die direkte Verlinkung zu den genannten Websites wird ein breites Spektrum von Informationen erschlossen. Das seriöse und neutrale redaktionelle Umfeld garantiert darüber hinaus einen hohen Aufmerksamkeitswert und eignet sich für die werbetreibenden Unternehmen in dieser Branche für eine sehr preisgünstige, gezielte und wirksame Kundenansprache ohne Streuverluste. **gis-report-news***** ist **offizielles Online-Organ** der Verbände „**GDI-Sachsen e. V.**“, **Dresden**, „**GEOkomm e.V.**“, **Potsdam**, „**GeoMV**“, **Rostock**, „**GiN e.V.**“ **Verein zur Förderung der Geoinformatik in Norddeutschland**, **Osnabrück**, „**Runder Tisch GIS e.V.**“, **München** und „**In-Geo-Forum e. V.**“, **Darmstadt** sowie Medienpartner von „**AGEO**“ **Österreichischer Dachverband für Geografische Information**, **Innsbruck**, „**CeGI GmbH**“, **Dortmund** (Landesinitiative in Nordrhein-Westfalen) und „**SOGI**“ **Schweizerische Organisation für Geoinformation**, **Basel**. Wenn Sie Produkte oder Dienstleistungen anbieten möchten, oder wenn Sie zum Beispiel MitarbeiterInnen suchen, ist dieses aktiv im Markt tätige Medium ein hochinteressantes Werbetransportmittel, das Sie für Ihr Marketing nutzen können.

Die Werbewirkung liegt in den Nutzer-Zielgruppen:

Entscheidungsträger und Anwender in der öffentlichen Verwaltung, Versorgungswirtschaft, Umweltplanung, Land- und Forstwirtschaft, Wasserwirtschaft, Immobilienwirtschaft, im Katastrophenmanagement, bei der Polizei, bei Banken und Versicherungen, in der Speditionswirtschaft, in der Unternehmensplanung, im Tourismus, im Marketing, im Gebäudemanagement, im e-government, bei Organisationen, Vereinen, Verbänden, sowie Lehrern und Studenten an Universitäten und sonstigen Ausbildungsstätten.

Mehr zu den Zielgruppen/Empfängern siehe Seite 3.

**gis-report
news*****

...der GEOletter

www.GEObranchen.de



HARZER

Das aktive Online-Medium!

ISSN 1618-8063 (Internationale Standard Serien Nummer)

Der Newsletter erscheint in unregelmäßiger Folge, etwa 14-tägig als Text-Ausgabe.

Aktuelle Abonnentenzahl: 12.696 (Stand: 15. Dezember 2008)

Werbemöglichkeiten in gis-report-news*:**

Textanzeigen

*****Anzeige*****

- ...❖ Wer eMail-Marketing sagt, will supergünstig werben.
- ...❖ Wer eMail-Marketing sagt, will mit den Kontaktkosten runter.
- ...❖ Wer eMail-Marketing sagt, will neue Kunden.
- ...❖ Wer eMail-Marketing sagt, will Top-Kunden.
- ...❖ Wer eMail-Marketing sagt, will mehr Response.
- ...❖ Wer eMail-Marketing sagt, will einen professionellen Partner.

**...❖ Zielgenaues
TOP-Werbemedium
im GI-Bereich !**

...❖ Wer eMail-Marketing sagt, will ...❖...❖ gis-report-news***

Formatangaben:

Größe der Textanzeige: **max. 25 Zeilen á 60 Zeichen** (längere Texte auf Anfrage)

Anzeigenpreis und Abrechnung:

Insertionspreis: gis-report-news*** allein: **238,-- EUR** zzgl. MwSt. je Schaltung
Optional: zusätzlich auf GEObranchen.de **238,-- EUR** zzgl. MwSt. je Schaltung
Rechnung/Beleg folgt nach Erscheinen.

Rabatte:

Ab 4 Schaltungen innerhalb des Rechnungsjahres (Januar/Dezember)	5 % Rabatt
Ab 6 Schaltungen	10 % Rabatt
Ab 12 Schaltungen und mehr	20 % Rabatt

Bei der Vergabe der Anzeigenplätze gilt die Reihenfolge des Auftragseingangs.
Platzierungswünsche auf Anfrage.

Anzeigenschluss /Anlieferung:

Anzeigenschluss für Textanzeigen jeweils 1 Arbeitstag vor Erscheinen.

Ihre Anzeige erbitten wir per E-Mail an info@harzer.de.

Für die rechtzeitige Lieferung der Textanzeigen und für deren Inhalt ist der Auftraggeber verantwortlich und haftet für eventuelle Ansprüche Dritter. Die veröffentlichten Inhalte der Textanzeige sind urheberrechtlich geschützt. Für Fehler im Text oder fehlerhafte Links wird keine Haftung übernommen und für die Inhalte der gefundenen Angebote sind die jeweiligen Betreiber verantwortlich.

Die Bernhard Harzer Verlag GmbH übernimmt keine Verantwortung für die Richtigkeit der auf der jeweiligen Website veröffentlichten Inhalte.

Zielgruppen/Empfänger:

Öffentliche Verwaltung/Umweltplanung etc.	4.267
Ingenieurbüros/Consulting	4.416
Softwarehersteller/Datenanbieter/GIS-Dienstleistungen	1.421
Ver- und Entsorgungsunternehmen	945
Universitäten/Hochschulen/Ausbildung	985
Immobilienwirtschaft/Gebäudemanagement	309
Sonstige	255
Verbände/Organisationen	98

Davon Österreich: 743 Schweiz: 674

Zahlungsbedingungen:

Zahlbar rein netto innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum.

Bankverbindung:

Dresdner Bank Karlsruhe
Konto: 08 663 506 00
BLZ: 660 800 52

Rücktrittsrecht:

Stornierung einer noch nicht laufenden Buchung ist bis zu 10 Werktagen vor Schalttermin möglich.

Es gelten unsere AGBs für das Werbegeschäft in Online-Medien, Stand 1. Januar 2009.

>>> Kennen Sie unser TOP-Print-Produkt?

Bernhard Harzer (Hrsg.)

GIS-Report

Erscheint jährlich in neuer Bearbeitung.

Das Jahrbuch gilt als das Referenzhandbuch der GIS-Branche

Ein Werbeträger erster Güte!

Informationen/Mediadaten erhalten Sie unter Tel. 0721-944020
oder per E-Mail unter: info@harzer.de

...❖ GIS-Report ❖...
Das zentrale Nachschlagwerk!
Wer hier nicht drin ist, wird
nur schwer gefunden!



ERSCHEINUNGSTERMINE 2009

(Änderungen vorbehalten)

Monat Ausgabe: **Erscheinungstermin:**

1	01	15. Januar
	02	27. Januar
2	03 KOMCOM-Special Nord	09. Februar
	04 CeBIT-Special	23. Februar
3	05	09. März
	06	23. März
4	07	03. April
	08	16. April
	09 KOMCOM-Special Süd	30. April
5	10	11. Mai
	11	22. Mai
6	12	04. Juni
	13	16. Juni
	14 AGIT-Special	30. Juni
7	15	10. Juli
	16	24. Juli
8	17	07. August
	18	18. August
	19 INTERGEO-Special I	28. August
9	20 INTERGEO-Special II	08. September
	21 INTERGEO-Special III	17. September
10	22	01. Oktober
	23 KOMCOM-Special Bayern	15. Oktober
	24	29. Oktober
11	25	12. November
	26	26. November
12	27	08. Dezember
	28	21. Dezember



**Kennen Sie unser Internet-Portal „www.GEObranchen.de“?
Mit derzeit durchschnittlich 557.000 Pageviews im Monat ist diese
Website eine der meistbesuchten Internetseiten der Branche!**

**Hier zu Werben lohnt sich! Ein preiswertes und effektives Medium!
Sehen sich das Portal doch einmal an und urteilen Sie selbst.**

**Die Mediainformationen finden Sie durch anklicken des Buttons
„Mediainformationen“ auf der Website.**

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien

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) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, PopUp-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

(3) 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.

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 beim 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. Datenanlieferung

(1) Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen, vorbehaltlich der Regelung in Ziff. 11 Abs. 3 Satz 1. Der Auftraggeber ist verpflichtet, vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

(2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet einen Monat nach seiner letztmaligen Verbreitung.

(3) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

4. Chiffrewerbung

Chiffrewerbung ist ausgeschlossen.

5. Ablehnungsbefugnis

Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Anbieter 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 ein Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

6. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Nicht-Unternehmern, wenn der von der Änderung betroffene Auftrag nicht Teil einer Rahmenvereinbarung ist und nicht später als vier Monate nach Vertragsschluss ausgeführt werden soll.

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 Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten. Die vom Anbieter gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber der Werbeagenturen und sonstige Werbemittler weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

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 anders 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 rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von zwei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

7. 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

8. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen können nicht als Wille zum Abschluss einer Individu-alvereinbarung gedeutet werden.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

9. Abwicklungsfrist

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

10. Auftragsweiterung

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

11. Kündigung

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

12. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt.

Der Auftraggeber stellt den Anbieter 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.

(2) 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, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, örtlich 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.

13. Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen einen 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.

Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungs-Soft- und/oder Hardware (z. B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern) oder
- 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 vertraglichen Schaltung andauert.

Bei einem erheblichen Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(2) 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.

Lässt der Anbieter eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) 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.

14. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, 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 zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen, sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hierüber informiert.

15. Haftung

(1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; in diesem 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. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

16. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nicht anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel innerhalb von 10 Werktagen nach Auslieferung des Auftrags für den Auftraggeber zum Abruf bereit zu halten.

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 gewöhnlicher Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und 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.

Karlsruhe, den 1. Januar 2009



Bernhard Harzer Verlag GmbH
Westmarkstraße 59/59 a
76227 Karlsruhe
Tel. 0721-94402-0
Fax 0721-94402-30
E-Mail: info@harzer.de
www.GEObranchen.de
www.GEOjobs.de
www.GEOdatenmarkt.de
www.gis-report.de
www.harzer.de