

MEDIADATEN 2019

Fachbuch

Buchreihen und Zielgruppen

DB-Fachbuch

Die **DB-Fachbuchreihe** besteht aus Standardwerken zu den zentralen Themen der Bereiche Bahnbetrieb und Bahntechnik. Das Ziel ist es, das dort vorhandene Spezialwissen im Zusammenhang darzustellen und so das Verständnis für den Systemverbund Bahn zu fördern. So werden mit der DB-Fachbuchreihe vom Berufsanfänger über den Quereinsteiger bis hin zu Fach- und Führungskräften der Bahnbranche alle die Mitarbeiter im System angesprochen, die sich beruflich weiterbilden oder ihr Wissen auffrischen möchten. Die DB-Fachbuchreihe entsteht in Kooperation mit DB Training, Learning & Consulting. Die Autoren sind Experten aus dem DB-Konzern, aus Hochschulen und aus der Bahnbranche.



Die **BFV-PRAXIS-Reihe** ist auf die beruflichen Anforderungen der Mitarbeiter im System Bahn zugeschnitten, die mit operativen Aufgaben in Betrieb und Technik befasst sind. Das Ziel ist es, das dafür notwendige Wissen praxisnah und verständlich im Zusammenhang darzustellen sowie Antworten auf die im täglichen Arbeitsleben entstehenden Fragen zu geben. So werden mit der BFV-PRAXIS-Reihe alle die Mitarbeiter im System Bahn angesprochen, die sich in betrieblich-technischen Themen aus- und weiterbilden möchten: vom Berufsanfänger über den Quereinsteiger bis hin zur beruferfahrenen Fachkraft. Für die BFV-PRAXIS-Reihe arbeiten wir mit verschiedenen institutionellen Partnern zusammen.



Im Eisenbahnwesen kommen heute noch Technologien zum Einsatz, die zum Teil aus zwei Jahrhunderten währender Eisenbahngeschichte stammen. Der Bahn Fachverlag sorgt mit seinen **Redigitalisierungen RDB edition** dafür, dass dieses Fachwissen zu bewährter Bahntechnik nicht verloren geht und von den kommenden Generationen der Eisenbahner selbst erarbeitet werden kann. Neben technischen Themen wie der Eisenbahnsicherungstechnik und der Eisenbahnfahrzeugtechnik wird auch die geschichtliche Entwicklung der Eisenbahn aufgegriffen.

Platzieren Sie Ihre Anzeige zielgruppengenau und nutzen Sie die langfristige Präsenz und Werbewirkung in unseren Fachbüchern!





Berthold Stumpf

Geschichte der deutschen Eisenbahnen

3. ergänzte und überarbeitete Auflage, 1960, redigitalisierter Nachdruck
110 Seiten, Softcover, Format: 13,3 x 20,5 cm, Preis auf Anfrage
ISBN 978-3-943214-25-3

Erscheinungsdatum: 1. Quartal 2019

Anzeigenschluss: 31. Januar 2019

Im Eisenbahnwesen kommen heute noch Technologien zum Einsatz, die zum Teil aus zwei Jahrhunderten während der Eisenbahngeschichte stammen. Der Bahn Fachverlag sorgt mit seinen Redigitalisierungen dafür, dass das Wissen um diese Technik sowie um die geschichtliche Entwicklung nicht verloren geht.

Das Buch gibt einen Überblick über die Entstehung der Eisenbahnen in Deutschland. Es skizziert die Vorgeschichte der Entwicklung der Eisenbahn, die mit der Erfindung der Dampfmaschine von James Watt in England begann, leitet über zu den Anfängen der Eisenbahnen in Deutschland 1835 und beschreibt deren weitere Entwicklung bis zum Jahr 1960.

Mit schwarzweißen Originalbildern und zeittypischen Illustrationen versetzt es den Leser in eine spannende Zeit. Stellenweise regt es zum Nachdenken an.

Zielgruppen:

- Eisenbahnliebhaber
- historisch interessierte Eisenbahner

Hinweis: Bei diesem Fachbuch sind ausschließlich Anzeigenbuchungen auf den Umschlagseiten U2 und U3 möglich.

Format: 133 x 205 mm (mit Anschnitt)

Sonderpreis: 1.500 EUR netto (s/w), 2.500 EUR netto (4c)





Dirk H. Enders

DB-Fachbuch

Mechanische und elektromechanische Stellwerke bedienen. Regelbetrieb und Störungen

1. Auflage

ca. 250 Seiten, Softcover, Format: DIN A4, Preis auf Anfrage

ISBN 978-3-943214-22-2

Erscheinungsdatum: 3. Quartal 2019

Anzeigenschluss: 30. April 2019

Dieses DB-Fachbuch beschreibt die technischen Bestandteile und die Funktion mechanischer Stellwerke am Beispiel der Bauform „Einheit“ sowie elektromechanischer Stellwerke am Beispiel der Bauform „E 43“. Die seit Anfang des 20. Jahrhunderts bewährte Sicherungslogik dieser Stellwerksbauformen diente stets als Grundlage für alle höher entwickelten Bauformen der Relaisstellwerke bis hin zu den elektronischen Stellwerken der Gegenwart.

Anhand der aktuell gültigen Regelwerke für Bedienung und der Betriebsverfahren werden sowohl die Bedienung dieser Stellwerkstechniken im Regelbetrieb als auch die Redundanzen zur Weiterführung des Bahnbetriebes bei Unregelmäßigkeiten und Störungen beschrieben. Grafiken und Fotos aus der Praxis erleichtern das Verständnis von komplexen Zusammenhängen. Wiederholungsfragen regen zum Selbststudium an und helfen dabei, das erworbene Fachwissen zu vertiefen.

„Mechanische und elektromechanische Stellwerke bedienen. Regelbetrieb und Störungen“ liefert das notwendige Fachwissen für Berufseinsteiger. Erfahrenen Bedienern von Stellwerken und Eisenbahninteressierten dient es als Nachschlagewerk.

Zielgruppen:

- Berufseinsteiger
- Bediener von Stellwerken, wie Fahrdienstleiter
- Betriebspersonal
- Fach- und Führungskräfte, wie Betriebsplaner
- Instandhalter
- Studenten
- Quereinsteiger
- Eisenbahninteressierte



Walter Jonas

DB-Fachbuch

Elektronische Stellwerke bedienen. Abweichen vom Regelbetrieb und Störungen

1. Auflage

ca. 250 Seiten, Softcover, Format: DIN A4, Preis auf Anfrage
ISBN 978-3-943214-21-5

Erscheinungsdatum: 4. Quartal 2019

Anzeigenschluss: 31. Juli 2019

Dieses Fachbuch beschreibt die Bedienung eines elektronischen Stellwerks beim Abweichen vom Regelbetrieb. Hierunter ist zu verstehen:

- das Zurücknehmen von Signalen,
- das Zurücknehmen und Auflösen von Fahrstraßen,
- die Zustimmung der Zugfahrt mit besonderem Auftrag,
- die Weiterfahrt nach unzulässiger Vorbeifahrt am Haltbegriff,
- das Sperren eines Gleises und Fahrten in diesem,
- das Fahren auf dem Gegengleis und das Rangieren auf Hauptgleisen.

Außerdem werden im Bereich der Störungen neben den Störungen an den Weichen, den Signalen, den Gleisfreimeldeanlagen, dem Streckenblock, den Bahnübergängen und der Stromversorgung auch typische ESTW-Störungen beschrieben. Hierbei wird die Weiterführung des Betriebes bei Ausfall des Stellwerks sowie dem Verbindungsausfall zwischen Unterzentrale und Betriebszentrale erläutert. Das Dokumentieren und Melden der Unregelmäßigkeiten und Störungen finden ebenfalls Berücksichtigung im Buch. Letztlich werden auch Störungen zusätzlicher Systeme, wie zum Beispiel Zuglenkung oder Linienzugbeeinflussung, behandelt. In einem Ausblick wird u. a. auf das Elektronische Arbeits- und Störungsbuch eingegangen.

Zielgruppen:

- Bediener von Stellwerken (Fahrdienstleiter)
- Betriebspersonal
- Fach- und Führungskräfte, wie Betriebsplaner
- Auszubildende (EiB F)
- Studenten
- Quereinsteiger
- Eisenbahninteressierte

Ergänzt das DB-Fachbuch
Elektronische Stellwerke bedienen.
Der Regelbetrieb

Profitieren Sie von einer vergleichbar zu erwartenden Verkaufsauflage wie beim Regelbetrieb – seit Juli 2014 bereits **4.500 Exemplare**.

Anzeigenpreisliste Nr. 10 (gültig ab 1. Januar 2019):

Format		Breite x Höhe	Grundpreis s/w	2c-4c Euroskala
2/1 Seite	mit Anschnitt*	420 x 297 mm	4.650 EUR**	5.450 EUR**
1/1 Seite	mit Anschnitt*	210 x 297 mm	2.450 EUR**	3.300 EUR**
	im Satzspiegel	154 x 245 mm		
1/2 Seite quer	mit Anschnitt*	210 x 148 mm	1.250 EUR**	2.150 EUR**
	im Satzspiegel	154 x 123 mm		

Zuschläge je Sonderfarbe (HKS, Pantone): 500,00 EUR

Preise für Vorzugsplätze 2. Umschlagseite: 4.650 EUR (s/w), 5.450 EUR (2-4c Euroskala)
3. Umschlagseite: 3.850 EUR (s/w), 4.650 EUR (2-4c Euroskala)

Sonderwerbformen Lesezeichen: 4.950 EUR (2c-4c Euroskala)
Ausschlagbare 2. Umschlagseite: 7.650 EUR (2-4c Euroskala)
Ausschlagbare 3. Umschlagseite: 6.850 EUR (2-4c Euroskala)

* 3 mm Beschnittzugabe an allen Seiten, bei Text- und Bildelementen Bundaussgleich (ca. 4 mm) beachten

** Preise verstehen sich zuzüglich der zurzeit gültigen Mehrwertsteuer von 19 Prozent

Kontakt:

Judith Steckel
Telefon: +49 (0) 30 200 95 22-0
Telefax: +49 (0) 30 200 95 22-29
E-Mail: anzeigen@bahn-fachverlag.de

Druckunterlagen:

PDF-Daten druckoptimiert als 300 dpi-Auflösung und CMYK-Modus. Die für die PDF-Erstellung benötigten Job-Options können beim Anzeigenauftragsmanagement angefordert werden.

Zahlungsbedingungen:

Zahlbar sofort nach Rechnungseingang

Bahn Fachverlag GmbH
Linienstraße 214
D-10119 Berlin

Geschäftsführer:
Dipl.-Kfm. Sebastian Hühig

Ust.-IdNr. DE 143457323
HRB 122900 B
Amtsgericht Charlottenburg

Sparda-Bank Südwest eG
IBAN: DE47 5509 0500 0000 9558 68
BIC: GENODEF1S01

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigenkunden

§ 1 Geltungsbereich

1. Für Verträge über die Veröffentlichung von Anzeigen in Fachbüchern der Bahn Fachverlag GmbH gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen.
2. Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, die diesen Bedingungen widersprechen oder von ihnen abweichende oder ergänzende Regelungen enthalten, werden in keinem Fall Vertragsbestandteil. Dies gilt auch, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder abweichender Bedingungen des Bestellers den Auftragsauftrag des Auftraggebers vorbehaltlos ausführt.

§ 2 Vertragsschluss/Kündigung

1. Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Bei telefonisch oder fernschriftlich übermittelten Aufträgen oder Änderungen von Auftragsaufträgen haftet der Verlag nicht für Übermittlungsfehler.
2. Der Vertrag kommt mit der Annahme durch den Verlag zustande. Die Annahme eines Auftragsauftrags kann durch Auftragsbestätigung oder Rechnungsstellung erfolgen.
3. Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die vom Auftraggeber bei einer ihn vertretenden Werbe- oder Mediaagentur aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

§ 3 Verantwortlichkeit für den Inhalt von Anzeigen

Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige vollumfänglich verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Auftragsauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z. B. zum Abdruck einer Gegendarstellung zu einer Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber die entstehenden Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen. Darüber hinaus trägt der Auftraggeber etwaige dem Verlag durch die Rechtswidrigkeit einer Anzeige entstehenden Rechtsverfolgungskosten (Abmahn-, Anwalts- oder Gerichtskosten).

§ 4 Kündigung/Storno

Anzeigenaufträge können nur schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, gekündigt werden. Die Stornierung der Anzeige ist bis zwei Wochen vor Anzeigenschluss möglich. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, ist eine Kündigung nicht mehr möglich und der Auftraggeber hat die Anzeige zu bezahlen. Im Übrigen kann der Verlag von zum Zeitpunkt der Kündigung bereits angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

§ 5 Anzeigenschlüsse/Erscheinungstermine/Preise

1. Die vom Verlag in den Mediadaten zum jeweiligen Fachbuch ausgewiesenen Termine (insbes. Anzeigenschluss und Erscheinungsdatum) sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, den Anzeigenschluss- und Erscheinungstermin dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
2. Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach der Preisliste.
3. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Auftragsaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

§ 6 Platzierung von Anzeigen

Sollen Anzeigen in einem bestimmten Fachbuch oder an einer bestimmten Stelle eines Fachbuchs veröffentlicht werden, so muss dies bei Auftragserteilung schriftlich vereinbart werden. Ansonsten ist der Verlag nicht verpflichtet dem Auftraggeber mitzuteilen, dass ein Auftrag nicht auf die gewünschte Weise ausgeführt werden kann.

§ 7 Druckunterlagen/Anzeigendatenblatt

1. Der Verlag gewährleistet die für die belegte Druckschrift übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
2. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Das mit den Druckunterlagen gemeinsam zu übermittelnde Anzeigendatenblatt für Druckunterlagen ist den Mediadaten des Fachbuchs zu entnehmen.

3. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
4. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen (siehe dazu die Mediadaten und das Anzeigendatenblatt) nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
5. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Sind etwaige Mängel an angelieferten Druckunterlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.
6. Druckunterlagen und andere Materialien werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgegeben. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige.

§ 8 Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

§ 9 Abdruckhöhe von Anzeigen

Weicht das Format der angelieferten Druckunterlage von dem im Auftrag bestellten Format ab, so weist der Verlag den Auftraggeber auf diese Abweichung hin. Liefert der Auftraggeber bis zum Druckunterlagenschluss nicht das bestellte Format nach, ist das in Abdruck gebrachte Anzeigenformat Grundlage für den Anzeigenpreis.

§ 10 Anzeigenbeleg

1. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg.
2. Belegexemplare stellt der Verlag dem Auftraggeber in Rechnung.

§ 11 Kosten des Satzes und der Druckvorstufe

1. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern, Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder

zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

2. Für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.

§ 12 Zahlungsbedingungen

1. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung, soweit möglich, sofort bzw. innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.
2. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
3. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

§ 13 Zahlungsverzug

1. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen sowie die Einziehungskosten berechnet.
2. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, das weitere Erscheinen von Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausglick offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
3. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren. Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass das Anzeigengeschäft nicht mehrwertsteuerpflichtig ist. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Mehrwertsteuerpflicht der Anzeige bejaht.

§ 14 Gewährleistung

1. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation hat der Auftraggeber das Recht, Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend

zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

2. Wird das Buch in einer geringeren Auflage, als der in der Preisliste genannten Auflage verlegt, so ist dies nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn die Auflagenminderung 20 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung von 20 v. H. berechtigt zu einer Preiserminderung von 20 v. H. Die Rückvergütung erfolgt auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

§ 15 Haftung

1. Schadenersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzug, der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist oder die Schadenersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie.
2. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadenersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des jeweiligen Anzeigenentgelts begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei Vorsatz oder wenn das schadensauslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde.
3. Alle Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Umständen Kenntnis erlangt hat, die den Anspruch begründen, oder in dem der Auftraggeber von diesen Umständen hätte Kenntnis erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung.
4. Resultieren die Schadenersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsbegrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlags ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.
5. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei; Schadenersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

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

§ 16 Werbe-/Mediaagenturen

Werbe- und Mediaagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision wird nicht auf Privatpreise gewährt. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbe- und Mediaagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbe- oder Mediaagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbe- oder Mediaagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbe- und Mediaagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbe- oder Mediaagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbe- und Mediaagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt.

§ 17 Speicherung von Kundendaten

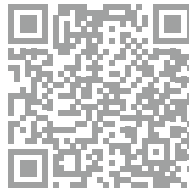
Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Datenschutzbestimmungen.

§ 18 Schlussbestimmungen

1. Änderungen und Ergänzungen der in diesen Bedingungen enthaltenen Bestimmungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.
2. Erfüllungsort für sämtliche Ansprüche aus dem zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag geschlossenen Vertrag ist Berlin.
3. Ausschließlicher Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist Berlin.
4. Der Vertrag bleibt auch bei rechtlicher Unwirksamkeit einzelner Punkte in seinen übrigen Teilen verbindlich.

Mediadaten

Fachbuch



www.bahn-fachverlag.de/service/anzeigen



Bahn Fachverlag GmbH

Linienstraße 214 • D-10119 Berlin • Telefon: +49 30.200 95 22-0 • info@bahn-fachverlag.de • www.bahn-fachverlag.de