

# ADRESSVERMIETUNG 2020



Responsequote steigern

Kundenbindung fördern

Neue Kunden generieren

Bestandskunden ausbauen

Neukundengewinnung mit Entscheideradressen inkl. Zustellgarantie\*!

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



**Hüthig**

erfolgsmedien für experten

Mediengruppe  Süddeutscher Verlag

**AUTOMOBIL  
PRODUKTION**

**ARZT &  
WIRTSCHAFT**

**-fertigung**

**fluid**

**TECHNIK  
EINKAUF**

**Instandhaltung**

**the  
NEXT**

**Produktion**

**werkzeug &  
formenbau**

**CHEMIE  
TECHNIK**

**Pharma+Food**

**elektronik  
JOURNAL**

**elektronik  
industrie**

**IEE**

**productronic**

**AUTOMOBIL  
ELEKTRONIK**

**emobilitytec**

**neue  
verpackung**

**KGK  
KAUTSCH GUMMI KUNSTSTOFFE**

**PLASTVERARBEITER**

**KI Kälte · Luft ·  
Klimatechnik**

## Qualifizierte Entscheideradressen

### Vertriebserfolge steigern und neue Umsatzpotenziale erschließen

Post-Mailings sind der ideale Werbeträger, bieten umfangreiche, flexible Gestaltungsmöglichkeiten und sorgen so für eine hohe Aufmerksamkeit, speziell wenn sie in eine crossmediale Werbekampagne eingebunden, werden. Profitieren Sie von unseren direkten Kontakten in die deutsche Industrie und sprechen Sie über 500.000 Entscheider gezielt und personalisiert an.

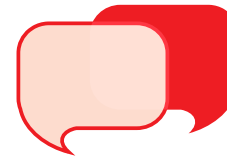
- **Hohe Adressaktualität** durch regelmäßigen Zeitschriftenversand
- **Exklusive Ansprechpartner** bis in die Fachbereiche durch kontinuierliche telefonische Adressqualifizierung
- **Personalisierte Ansprache** von Geschäftsführern, Entscheidern und Fachspezialisten
- **Flexible Adressnutzung** mit Einfach-, Mehrfach- oder Jahresnutzung
- **Abrechnung nach Nettoeinsatzmenge** durch Abgleich gegen Ihren Datenbestand

### Wunschzielgruppe ohne Streuverluste

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

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

## Optional Full Service – Wir kümmern uns um ALLES!



### 1. Beratung

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



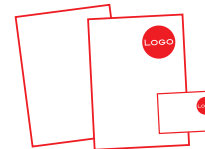
### 2. Produktion

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



### 3. Adressabgleich

Wir übernehmen den Adressabgleich der angemieteten Adressen gegen Ihren Kundenbestand.



### 4. Lettershop

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

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



## Hochwertig, individuell, überraschend

- Ein persönliches Anschreiben wird mehr beachtet und bleibt länger präsent
- Print weckt Emotionen dank des haptischen Erlebnisses und auffallender Optik
- Vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten der gedruckten Werbemittel sorgen für Aufmerksamkeit
- Die fokussierte Ansprache ist ideal zur Einbindung in cross-mediale Werbekampagnen (z.B. über personalisierte Websites)
- Print wirkt und ist der perfekte Werbeträger zur Neukundengewinnung

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

### Allgemein

- Interessentengenerierung
- Neukundengewinnung
- Steigerung des Bekanntheitsgrades

### Spezielle Anlässe

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

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

## Auszug aus dem Zielgruppenpotential

### Auszug: Entscheider nach Position

Position	Personen	Betriebe
Geschäftsführung/Vorstand	140.000	75.000
Niederlassungs-, Werks-, Betriebsleitung	17.000	14.000
Abteilungs-/Bereichsleitung	124.000	37.000
Projektleitung/Fachkraft	198.000	81.000

### Auszug: Entscheider nach Funktion

Funktion	Personen	Betriebe
Unternehmensleitung	155.000	78.000
Forschung	4.000	1.300
Entwicklung	15.000	7.000
Konstruktion	17.000	10.000
Instandhaltung	18.000	15.000
Produktion	33.000	23.000
Fertigung	8.000	5.000
Qualität	11.000	7.500
Marketing/Werbung	20.000	11.500
Verkauf/Vertrieb	21.000	12.000
Einkauf	32.000	22.000
Logistik	11.000	8.000

### Auszug: Kernbranchen (WZ-Code 2008)

Branche	Personen	Betriebe
Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen	9.500	2.000
Herstellung von chemischen Erzeugnissen	28.000	4.000
Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	39.000	6.000
Metallerzeugung und -bearbeitung	18.000	2.500
Herstellung von Metallerzeugnissen	55.000	10.000
Herstellung von DV-Geräten, elektr. und opt. Erzeugnissen	64.000	8.500
Herstellung von elektrischen Ausrüstungen	37.000	5.500
Maschinenbau	105.000	15.000
Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen	26.000	2.500
Architektur- und Ingenieurbüros	46.000	20.000

## Preise und Rahmenbedingungen

### Preise:

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

Alle Preise netto zzgl. MwSt.

### Rahmenbedingungen:

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

## Full Service-Konditionen: Beispielkalkulation



### Anschreiben + Beileger (DIN lang-Mailing)\*\*

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

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

- \* Basispreis 0,24 € je Adresse, inkl. Datenbankpauschale von 180,- €
- \*\* Personalisiertes Anschreiben: Digitaldruck/personalisierter Druck 1/0-farbig DIN A4, schwarz, Papier 80g/m<sup>2</sup> PlanoPrePrint + Beilage DIN lang Karte 4c, 300g Bilderdruck ohne Personalisierung
- \*\*\* 20g, DIN lang, ab Auflage von 4.000 Infopost möglich

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

**FULL  
SERVICE  
AUS EINER  
HAND!**

## ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

### 1 Geltungsbereich

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

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

### § 2 Definitionen

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

Adressen: Ist der digitale Datensatz von Firmendaten oder dazugehörenden personenbezogenen Daten im Sinne des Art. 4 Nr. 1 EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

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

### § 3 Angebot, Annahme, Vertragsschluss, Datenschutzverpflichtungserklärung

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

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

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

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

### § 4 Regelung der Adressnutzung durch den Kunden

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

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

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

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

(5) Zum Schutz gegen eine vertragswidrige Nutzung sind in die Adresskollektionen mehrere Kontrolladressen eingearbeitet. Im Falle vertragswidriger Nutzung der zur Verfügung gestellten Adressen hat der Kunde eine Vertragsstrafe in Höhe des 10-fachen Adresspreises, bezogen auf die gelieferte Bruttomenge die für den jeweiligen Auftrag vereinbart wurde, zu zahlen. Zum Nachweis des Missbrauchs genügt die Vorlage einer Kontrolladresse. Die Geltendmachung weiterer Schadenersatzansprüche des Verlags bleibt vorbehalten.

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

(7) Der Kunde ist verpflichtet, dass bei einer erstmaligen werblichen Ansprache eines Adressaten im Geltungsbereich der DSGVO Informationspflichten gemäß Art. 13, 14 DSGVO zu erfüllen sind. Dies betrifft insbesondere die bei der Ansprache zum Zwecke der Werbung erforderliche Information des Betroffenen über die Herkunft der Daten sowie für die Nutzung der Daten verantwortliche Stelle und das Widerspruchsrecht nach Art. 21 DSGVO. Der Kunde übernimmt gegenüber dem Adresseigner die Pflicht zur Aufnahme der entsprechenden Informationen in seine Briefmailings, soweit der Adresseigner zu benennen ist. Gibt der Adressat zu erkennen, dass er der werblichen Nutzung seiner Daten ganz oder teilweise widerspricht, so hat der Kunde hierüber den Adresseigner unverzüglich in Textform zu unterrichten.(8)

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

(9) Im Falle einer Vermietung verbleiben die Adressen in jedem Falle außerhalb des Herrschaftsbereichs des Kunden. Sie werden an einen vom Verlag überprüften und beauftragten Weiterverarbeiter, Auftragsverarbeiter gemäß Art. 28 DSGVO (z.B. qualifizierte Datenverarbeiter oder Lettershops), geliefert und verbleiben damit ausschließlich im Herrschaftsbereich des Verlags.

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

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

### § 5 Adresslieferungen, Rückläufer

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

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

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

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

(5) Beanstandungen wegen der gelieferten Stückzahl oder sonstige bei unverzüglicher angemessener Untersuchung jeder einzelnen Lieferung erkennbare Fehler der gelieferten Daten sind vom Werbetreibenden unverzüglich in Textform nach vertragsgerechter Übersendung und in jedem Fall vor weiterer Verwendung der Daten dem Adresseigner





mitzuteilen. In Fällen, in denen der Werbetreibende die Daten nicht selbst erhält, gilt auch die rechtzeitige in Textform erfolgende Rüge eines weiterverarbeitenden Unternehmens, welches dem Adressgeber zuvor benannt wurde, als ausreichend. Mit rügeloser Verwendung der Daten sind Ansprüche, die auf Unterschreiten oder Überschreiten der vertragsgerechten Stückzahl oder auf sonstige bei entsprechender Untersuchung erkennbare Fehler der Daten gestützt sind, ausgeschlossen.

## § 5 a Zustellgarantie

Für geschlossene Vereinbarungen im Kalenderjahr 2019 gilt: Soweit eine Minderlieferung auf Grund von Retouren/ Rückläufern auch unter 3, 0 % gegenüber der Auftragsbestätigung erfolgt, erhält der Kunde eine Gutschrift für den Folgeauftrag. Voraussetzung hierfür ist die Zusendung sämtlicher unzustellbarer Rückläufer an den Adressgeber. Die Gutschrift berechnet sich wie folgt: Anzahl Rückläufer x jeweils berechnetem Einzeladresspreis.

## § 6 Lettershop und weitere Dienstleistungen

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

## § 7 Preise und Zahlungen, Stornierungen des Auftrags

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

## § 8 Haftungsbeschränkungen

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

wäre und solange und soweit sich die Daten im Herrschaftsbereich des Verlags befanden.

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

## § 9 Leistungsverweigerungsrecht

- (1) Der Adressgeber ist berechtigt, Leistungen so lange zu verweigern, wie die gesetzlichen Voraussetzungen für eine ordnungsgemäße Datenverarbeitung und Nutzung nicht erfüllt bzw. nachgewiesen sind. Er ist nach erfolgloser Fristsetzung befugt, vom jeweiligen Vertrag zurückzutreten.
- (2) Weitergehende Schadensersatzansprüche bleiben unberührt.

## § 10 Löschung von Adressmaterial

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

## § 11 Geheimhaltung

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

## § 12 Schlussbestimmungen

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

## § 13 Angaben zum Verlag

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, 69121 Heidelberg,  
Amtsgericht Mannheim HRB 703044,  
Geschäftsführer: Moritz Warth

Hüthig GmbH, [www.huethig.de](http://www.huethig.de) – Telefon (0 81 91) 125-345, Telefax (0 81 91) 125-555

## Das sagen unsere Kunden



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

Waltraud Speicher, Geschäftsführerin der Meorga GmbH

## MEORGA Spezialmessen

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

Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich das Potenzial Ihrer Wunschzielgruppe.

## Nehmen Sie einfach Kontakt mit uns auf:



Alexander Zöller

Tel.: +49 (0) 81 91/125-345

Fax: +49 (0) 81 91/125-555

E-Mail: [alexander.zoeller@mi-connect.de](mailto:alexander.zoeller@mi-connect.de)