

50,2

MAGAZIN
für Stromversorgung

Die
Nr. 1
für die
Strombranche

MEDIADATEN 2024

Preisliste Nr. 14, gültig ab 01.01.2024 | 10. Jahrgang

PRINT & DIGITAL



NEU!
ERWEITERTE
ZIELGRUPPEN



ÜBER UNS	3
ZUKUNFTSMARKT STROMVERSORGUNG	4
50,2 MEDIENPLATTFORM	5
KENNZAHLEN UND ZIELGRUPPEN	6
RUBRIKEN & THEMEN	7
ERSCHEINUNGSPLAN 2024	8 – 9
WERBEFORMATE PRINT & FLIPPINGBOOK	10
AUFTRITT MIT DIGITALEM MEHRWERT	11
WERBEFORMATE PRINT & FLIPPINGBOOK	12
ANBIETERÜBERSICHT EVENT KAMPAGNEN	13
WERBEFORMATE 50,2 NEWSLETTER	14
WERBEFORMATE 50,2 ONLINE	15
50,2 PREISLISTE	16
ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN	17

HERAUSGEBER & KONTAKTDATEN



sig Media GmbH & Co. KG
Bonner Straße 205
50968 Köln

Vertrieb:

Jennifer Strotkamp (Head of Sales)
Tel. +49 221 921825-71
strotkamp@50komma2.de

Christian Schulz
Tel. +49 221 921825-86
schulz@50komma2.de

Harald Gehlen (Service & Logistik)
Tel. +49 221 921825-20
gehlen@sig-media.de

Redaktion:

Petra Quenel (Leitung)
Tel. +49 221 921825-70
quenel@50komma2.de

Christian Packwitz
Tel. +49 221 921825-85
packwitz@50komma2.de

Pilar Marie Stein
Tel. +49 221 921825-54
stein@50komma2.de

Web:

Hardy Möller
Tel. +49 221 921825-34
moeller@sig-media.de

Grafik:

Matthias Niemeyer
Tel. +49 221 921825-30
niemeyer@sig-media.de

Martina Tomova
Tel. +49 221 921825-31
tomova@sig-media.de

Julia Timofeev
Tel. +49 221 921825-83
timofeev@sig-media.de

Druck:

D+L PRINTPARTNER GmbH
Schlavenhorst 10
46395 Bocholt
Tel. +49 2871 2466-0
info@dul-print.de
www.dul-print.de

SEIT 10 JAHREN ANDERS

Die 50,2 feiert 2024 ihr **zehnjähriges Bestehen**. Gestartet als Experiment in einem neuen Markt ist unser Magazin heute eine der **erfolgreichsten Plattformen** für Energieversorger, Stadtwerke und Stromnetzbetreiber – und damit auch für all diejenigen, die mit ihren Produkten, Lösungen und Services dazu beitragen, dass die **Energiewirtschaft** die steigenden Herausforderungen erfolgreich bewältigt.

Fachjournalismus für den Markt

Unser Erfolgsrezept: Alles ein bisschen anders machen – zum Beispiel auf **guten Journalismus, Fach- und Marktkenntnis** setzen. Unser Team hat die Anforderungen der Branche im Blick, kann Themen einordnen und Angebote und Projekte zu **spannenden Fachbeiträgen** aufbereiten. Wir denken und schreiben selbst.

Alle Facetten der Stromversorgung

Im Zuge der **Energiewende** ergeben sich neue Schnittmengen zwischen den Marktrollen, neue Akteure etablieren sich in der Branche, die **Digitalisierung** verbindet **Netz, Messstelle, Markt, Erzeuger und Verbraucher**. Diese Entwicklung begleiten wir von Beginn an – nun übernehmen wir diese breitere Sicht auch in unseren Titel:

Aus 50,2 – Magazin für intelligente Stromnetze wird **50,2 – Magazin für Stromversorgung**.



Erweiterte Zielgruppen

Konsequenterweise erweitern wir auch den Kreis unserer Zielgruppen, denn die Lösungen für die neue Energiewelt enden nicht am Netzanschluss. Ab 2024 adressiert das Magazin 50,2 neben den bisherigen Kernzielgruppen **Energieversorger, Stadtwerke und Netzbetreiber** gezielt auch verstärkt die **Wohnungs- und Immobilienwirtschaft und ganz neu Energiebeauftragte in Industrie und Gewerbe** sowie **zertifizierte Energieberater**.

Mehr als Print (und digital)

Die Frage, ob gedruckte Publikationen gegenüber digitalen Medien bestehen können, wird seit Jahren kontrovers diskutiert.

Wir machen einfach beides: Ein **hochwertiges Printmagazin**, das gleichzeitig ein **vollständig digitales, interaktives Medium** ist. Als digitales Flippingbook wird jede 50,2-Ausgabe an digital affine Empfänger:innen versandt, auf 50,2 Online veröffentlicht und auf LinkedIn geteilt. Alle Inhalte sind hier direkt verlinkt und natürlich vollständig trackable. Beides zusammen (print + digital) erhöht deutlich die Reichweite und schafft somit mehr Nutzen für unsere Kunden.

Noch mehr 50,2 digital gibt es täglich aktuell auf unserer **Onlineplattform**, wöchentlich im regulären Newsletter **50,2 Wochenspiegel** und den zahlreichen digitalen **Sondernewslettern** zu unseren Themenschwerpunkten.

Unser grünes Heft liegt nach wie vor auf vielen Schreibtischen ganz oben...

Nicht, weil wir in der alten analogen Welt verharren möchten, sondern weil **80 Prozent unserer Leser gemäß der letzten Befragung** noch immer gerne ein Heft zum Anfassen wünschen. Ihr Wunsch ist unser Befehl. Unser Versprechen bleibt in jedem Fall wie bisher: 50,2 wird sich weiterhin gut anfühlen. Unsere Leser:innen und unsere Kunden sind es uns wert.

Der Umbau des Energiesystems hat begonnen. Seien Sie dabei!

EVU, Stadtwerke und Netzbetreiber stehen vor den größten Investitionsvorhaben seit Jahrzehnten. Gemeinsam mit 50,2, dem Leitmedium der Strombranche, positionieren Sie sich mit Ihren Produkten und Lösungen erfolgreich am Markt.

Umbau der Netze und Netzprozesse

Umfassende Digitalisierung der
Netz- und Vertriebsprozesse

Optimierung der internen Abläufe

Aufbau und Management
regenerativer Erzeugung

Integration von Erneuerbaren Energien
und dezentralen Verbrauchern

Neue Vertriebsstrukturen

Aufbau öffentlicher Ladeinfrastruktur

Smart Meter Rollout

Neue Dienstleistungen: Photovoltaik
und Heimspeicher, Verbrauchsmessung,
Energieeffizienz, Elektromobilität

Cybersecurity

Print und Digital – Wir verbinden beide Welten



50,2 MAGAZIN

Als hochwertige Printpublikation
(Auflage: 6.615 / 7 Ausgaben)



50,2-Branchenguides

Fünf Sonderpublikationen
zu den Themen:
**Smart Grid; Solar, Wind & Speicher;
Energievertrieb und -services;
Smart Metering und Elektro-
mobilität.**



50,2 Sonderausgabe

Energy Highlights 2025 – Sonder-
publikation zu den Top-Themen
und Technologietrends 2025



50,2 Flippingbook

Interaktives Flippingbook
(trackable) – Versand an
ca. 7.630 Empfänger:innen

50,2 Online

Digitale Nachrichtenplattform mit
tagesaktueller Berichterstattung,
Fachbeiträgen, Anbieterverzeichnis,
Archiv, Veranstaltungen und Media-
daten für alle 50,2 Publikationen.



50,2-Wochenspiegel

Wöchentlicher Newsletter –
Versand jeden Mittwoch an
ca. 7.630 Empfänger:innen mit
den News der Woche



50,2-Themen-Newsletter

Begleitend zu den Fokusthemen
Branchenguides, Sonderausgaben
sowie wichtige Branchenevents und
Messen – ca. 7.630 Empfänger:innen

ZIELGRUPPEN (2024)

• Stadtwerke/Netzbetreiber	4.132
• Gebäude- und Wohnungswirtschaft	1.328
• Bertreiber von Erzeugungsanlagen regenerative Energien	755
• Industrie/Gewerbe/Fachhandwerk	613
• Überregionale Versorger	442
• Technologie/Serviceanbieter	335
• Ministerien/Behörden/Verbände/Organisationen	149

NEU

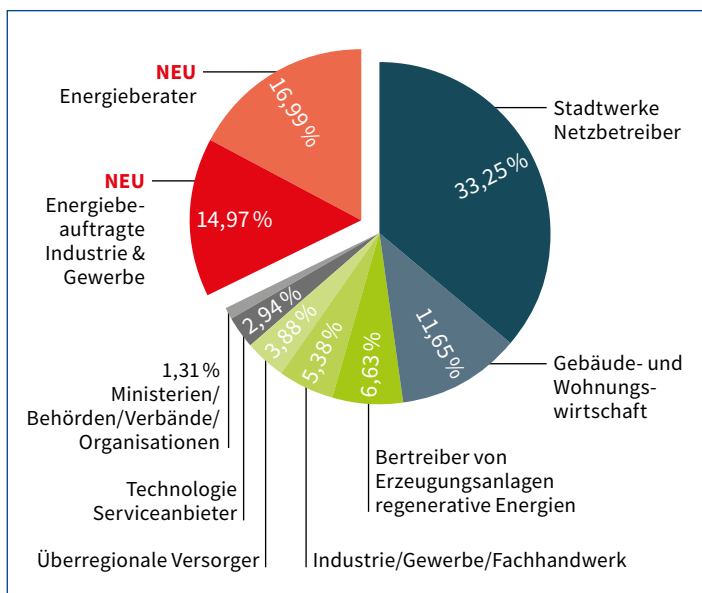
• Energiebeauftragte Industrie & Gewerbe	1.706
• Energieberater	1.936

Stand: 31.10.2023

Verbreitungsgebiet: Deutschland, Österreich und Schweiz.

Zielgruppendifferenzierung (Verlagsangaben)

Qualifizierte Kontakte mit sehr hohem Anteil an Geschäftsführern, Fach- und Führungskräften



AUFLAGENANALYSE

50,2 MAGAZIN Print | 3. Quartal 2023

Druckauflage	6.615
Freistücke	6.573
davon Ausland	615
Reststücke	42
Gesamt Verbreitung	6.573

50,2 MAGAZIN Digitales Flippingbook (trackable)

Stand 31.10.2023

Verbreitung: ca. **10.153** Empfänger:innen
(50,2 Wochenspiegel-Newsletter, 50,2 Online, LinkedIn)

50,2 Ausgaben von 01/2023 bis 06/2023

Öffnungen/Views im Durchschnitt **10.909**

Branchenguides 2023

Öffnungen/Views im Durchschnitt **3.345**

50,2 ONLINE

Die digitale Branchen- und Kommunikationsplattform für intelligente Stromversorgung.

Besucher : **Ø 15.012 / Monat**
(Auswertung: 01.01.2023 bis 31.10.2023)

Werbeformate:

Banner (Head, Skyscraper, Medium Rectangle, Eventbanner), Online-Advertorial, Video Ad, Termineintrag

Detaillierte Informationen zu Formaten und Preisen finden Sie auf **Seite 15**.

50,2 THEMEN-/SONDERNEWSLETTER

Wöchentlicher Branchennewsletter mit aktuellen Nachrichten, Terminen und News aus den Unternehmen im Überblick.

Verteiler*: **> 7.630** persönliche Empfänger:innen
Wachstumsrate im Vergleich zu 01/2023: **> 31%**

Öffnungsrate: **> 18%**

CTR** Paid Content Post: **7% - 25%**

(* Stand 31.10.2023 | ** Click-through Rate: %-Rate aller Klicks auf einen Paid Post)

Detaillierte Informationen zu Formaten und Preisen finden Sie auf **Seite 14**.

ALLES, WAS DIE BRANCHE BEWEGT – IN JEDEM HEFT UND JEDERZEIT AUF 50,2 ONLINE UND IM NEWSLETTER

Netze

- **Netzmonitoring**
- Mess- und Fernwirktechnik
- Datenvisualisierung und -analyse
- Netzplanung und -berechnung
- Leitstellenlösungen
- Prognosen
- Power Quality
- **Netzausbau**
- Leistungstransformatoren
- Ortsnetzstationen
- Schaltfelder/-anlagen
- Kabel- und Verbindungstechnik
- Gleichstromtechnik
- Netzanschluss
- Infrastruktur-Dienstleistungen
- Kundenprozesse
- **Asset Management**
- Schutz- und Prüftechnik
- Predictive Maintenance
- Mobile Workforce Management
- Profi-Werkzeuge
- **Digitaler Zwilling**
- **Netzprozesse**
- Bilanzkreismanagement
- Redispatch 2.0
- EDM

Vertrieb

- Strategie
- Portfoliomanagement
- **Beschaffung**
- Flexible Tarife
- Risikomanagement
- **MaKo**
- Abrechnungssysteme
- Forderungsmanagement
- **CRM**
- **Daten und Analytik**
- Vertriebsplattformen
- **Kundenkommunikation und -service**
- Kundenportale
- ChatBots
- Shopsysteme
- Non Commodity

Metering

- **Intelligente Messsysteme**
- Smart Meter Gateways
- SMGWA
- MDM
- Kommunikationstechnik
- **Zähler**
- mME
- RLM
- Funkzähler
- **CLS-Lösungen**
- Submetering
- Mehrspartenmessung
- aEMT-Lösungen
- ESA-Lösungen
- **MaKo**
- **Kundenprozesse**
- Datenvisualisierung und -analyse
- **Services**
- Montage
- Mobile Workforce Management
- Zählerfernauslesung
- Kundenselbstablesung
- Kundenportale
- Mieterstrom
- Metering-Services
- Montage
- Workforce-Management
- Mehrwertdienste
- Rollout

Digitalisierung

- Strategie
- **Cloudplattformen**
- Künstliche Intelligenz
- Datenanalytik
- **RPA**
- LowCode/NoCode
- **ERP-Systeme**
- **Kommunikation**
- LTE, 5G, 450Mhz
- LoRaWAN, NBIoT
- Smart City-Lösungen
- IoT-Plattformen
- **IT- und Cybersecurity**

Elektromobilität

- **Infrastruktur**
- Ladesäulen
- Wallboxen
- **CPO-Lösungen**
- Planung
- Installation, Betrieb
- Ladesäulenmanagement
- Last-/Lademanagement
- **EMP-Lösungen**
- Ladekarte/-App
- Tarifierung
- Bezahlung
- Abrechnung
- **ÖPNV**
- **E-Sharing**

Erneuerbare & Speicher

- **Wind- und PV-Anlagen**
- Planung, Genehmigung
- Bau und Anschluss
- Betrieb/ Wartung
- PV-Module
- WEA-Komponenten
- Mess- und Steuertechnik
- Wechselrichter
- **Energiespeicher**
- Prognosen
- **Direktvermarktung**
- Virtuelle Kraftwerke
- **PPA**
- Peer-to-Peer-Handel
- Mieterstrom
- Energiemanagementsysteme
- smarte Quartiere

Branche

- **Organisation und Management**
- Innovation
- Recht und Regulierung
- **Fachkräfte**
- Recruiting
- Ausbildung
- Schulung
- **Kooperationen**

Februar

	Fokusthema	Sondernewsletter	50,2 Online	Print Flippingbook
50,2 Magazin Ausgabe 01/2024	E-world 2024 – Messeausgabe Vorberichterstattung, Aussteller	Versand: 15.02.2024	Live ab 12.02.2024	ET: 12.02.2024 DU: 02.02.2024

April

50,2 Magazin Ausgabe 02/2024	Smarte Quartiere Elektromobilität, PV und Mieterstrom, smarte Steuerung, Energiemanagement	Versand: 11.04.2024	Live ab 08.04.2024	ET: 08.04.2024 DU: 28.03.2024
Branchenguide	Smart Grid 2024/25 So werden die Netze fit für die Energiewende	Versand: 16.04.2024		

Juni

50,2 Magazin Ausgabe 03/2024	The smarter E – Messeausgabe Intersolar, EES, Power2Drive, EM-Power Vorberichterstattung, Aussteller	Versand: 11.06.2024	Live ab 03.06.2024	ET: 03.06.2024 DU: 24.05.2024
Branchenguide	Solar, Wind und Speicher 2024/25 So gelingt klimaneutrale und effiziente Stromversorgung	Versand: 13.06.2024		

Juli

50,2 Magazin Ausgabe 04/2024	Der neue Stromkunde Kommunikations-, Vertriebs- und Abrechnungslösungen, Kundenportale, CRM, Künstliche Intelligenz, Datenmanagement	Versand: 16.07.2024	Live ab 15.07.2024	ET: 15.07.2024 DU: 05.07.2024
--	--	---------------------	--------------------	--

September

	Fokusthema	Sondernewsletter	50,2 Online	Print Flippingbook
50,2 Magazin Ausgabe 05/2024	Mehrwerte über CLS Messen und Steuern über das intelligente Messsystem	Versand: 05.09.2024	Live ab 02.09.2024	ET: 02.09.2024 DU: 23.08.2024
Branchenguide	Elektromobilität 2024/25 So funktioniert Strom tanken	Versand: 10.09.2024		

Oktober

50,2 Magazin Ausgabe 06/2024	Transparenz im Verteilnetz Netzmonitoring, Datenvisualisierung und -analyse, Fernwirktechnik, digitaler Zwilling, Netzberechnung, Netzservice	Versand: 10.10.2024	Live ab 07.10.2024	ET: 07.10.2024 DU: 27.09.2024
Branchenguide NEU	Energievertrieb und -services 2024/25 So können Versorger Kund:innen gewinnen und binden	Versand: 15.10.2024		

November

50,2 Magazin Ausgabe 07/2024	Elektromobilität und Ladeinfrastruktur Ladeinfrastruktur, Ladestrom, Last- und Lademanagement CPO- und EMP-Services	Versand: 07.11.2024	Live ab 04.11.2024	ET: 04.11.2024 DU: 25.10.2024
Branchenguide	Smart Metering 2024/25 So geht Intelligenz an der Messstelle ZVEI metering days-Programm Ausstellerübersicht 2024	Versand: 12.11.2024		

Dezember

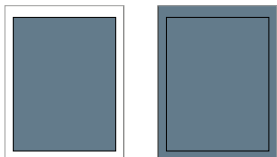
Sonderausgabe 50,2 Magazin Ausgabe 08/2024	Energy Highlights 2025 Der Ausblick auf Themen, Trends und Events 2025 E-world 2025 Vorschau Vorberichterstattung, Aussteller (Februar 2025)	Versand: 12.12.2024	Live ab 09.12.2024	ET: 09.12.2024 DU: 29.11.2024
--	---	---------------------	--------------------	--

ANZEIGEN & ADVERTORIAL FORMATE

1/1 Seite

Satzspiegel
Anschnitt**

B 185 x H 241
B 215 x H 280



4.975,00 €

1/2 Seite

Satzspiegel:

Hochformat B 90 x H 241
Querformat B 185 x H 118

Anschnitt:**

Hochformat B 105 x H 280
Querformat B 215 x H 136



3.750,00 €

1/3 Seite

Satzspiegel:

Hochformat B 58 x H 241
Querformat B 185 x H 79

Anschnitt:**

Hochformat B 73 x H 280
Querformat B 215 x H 96



2.940,00 €

1/4 Seite

Satzspiegel:

Hochformat B 90 x H 118
Querformat B 185 x H 54

Anschnitt:**

Hochformat B 60 x H 280
Querformat B 215 x H 71

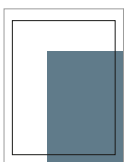


2.450,00 €

Junior Page

Anschnitt**

B 137 x H 204



4.095,00 €

Halfcover/Titelstory

(Halbe Titelseite, Titel-Rückseite)

Titel-Vorderseite** B 110 x H 223 mm

Titel-Rückseite** B 110 x H 280 mm

Doppelseitiges Advertorial/Fachbeitrag
(Umfang: ca. 7.000 Zeichen + 2-3 Bilder)



7.750,00 €

****Anschnitt: Beschnittzugaben an den Außenseiten: 3 mm**

TECHNISCHE DATEN:

Herstellungsverfahren: Offsetdruck Eurokala 4c

Heftformat: B 215 x H 280 mm

Print-Auflage: ca. 6.573 Exemplare

Flippingbook 01/23 bis 06/23: im Durchschnitt 10.909 Views

ZUSCHLÄGE FÜR UMSCHLAGSEITEN:

(nur ganzseitig belegbar)

U2/U3

650,00 €

U4

1.100,00 €

ANZEIGEN (BEISPIELE)



CONTENT-MARKETING (BEISPIELE)

Titelstory mit Halfcover-Anzeige



Advertorials



Die 50,2-Ausgaben und Sonderpublikationen werden immer auch als **digitales Flippingbook** versendet, sind auf **50,2 ONLINE** abrufbar und werden bei **LinkedIn** gepostet.

Ihr Mehrwert: Ihre Anzeigen und Advertorials sind direkt mit Ihrer Webseite/Landingpage verlinkt und trackable.

50,2 ANBIETERÜBERSICHT – DIGITAL & PRINT

Platzieren Sie sich als Marktpartner mit Ihrem Leistungsangebot

Digital auf der 50,2 Branchenplattform



365 Tage
im Jahr Präsenz
zeigen!



50,2 MAGAZIN Print & Flippingbook



Musterfirma Gesellschaft GmbH
Mustermannstraße 123
12345 Musterstadt
Tel. +49 123 456789-0
info@musterfirma.de
www.musterfirma.de

Ihr Kurzprofil mit maximal 500 Zeichen inklusive Leerzeichen.
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam
nuncy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat,
sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea re-
bum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem

Print 8 Ausgaben / 365 Tage online

1.075,00 €

Ihr Kurzprofil mit
maximal 500 Zeichen
inklusive Leerzeichen.

NUTZUNGSRECHTE

Sie wollen einen Beitrag aus der 50,2 für andere Marketingzwecke nutzen – beispielsweise in Kunden- mailings, Präsentationen, sozialen Medien etc. Wir bieten Ihnen da- zu die Möglichkeit, weitergehende Nutzungsrechte zur freien Verbrei- tung zu erwerben.

Preisstaffel Nutzungsrechteinräumung

290,00 €

für Kurzbeiträge, Meldungen und Nachrichten
bis ca. 1.500 Zeichen

550,00 €

für einseitige Fachbeiträge bis ca. 3.500 Zeichen

995,00 €

für doppelseitige Fachbeiträge
bis ca. 6.500 Zeichen

Sonderdruck

Erstellen eines individuellen Sonderdrucks im Design der 50,2.

Preis: **125,00 €** pro Stunde Grafikleistung zzgl. Nutzungsrechte und Druckkosten

Achtung: Eine nicht autorisierte Weiterverbreitung von Beiträgen der 50,2 ohne vorherigen Erwerb der Nutzungsrechte stellt einen Verstoß gegen das Urheberrecht dar und ist strafbar!

BEILAGEN

Sprechen Sie uns an – Wir beraten Sie gerne.
Preise auf Anfrage.



DIGITALE EVENT- | WEBINAR- | MESSE-KAMPAGNEN

Paket 1

Medium Paid Content Post

(600 Zeichen + Bild 290px x 290px + Link)
im 50,2 Wochenspiegel-Newsletter



+ Eventbanner (300 x 100 px)
4 Wochen auf 50,2 ONLINE
Startseite



Paketpreis
1.625,00 €

Paket 2

Medium Paid Content Post

(600 Zeichen + Bild 290px x 290px + Link)
im 50,2 Wochenspiegel-Newsletter



+ Medium Rectangle (300 x 250 px)
4 Wochen auf 50,2 ONLINE
Startseite



Paketpreis
2.200,00 €

Paket 3

Large Paid Content Post

(1.200 Zeichen + Bild 640px x 300px + Link)
im 50,2 Wochenspiegel-Newsletter



+ Full Size Banner (468x 60 px)
4 Wochen auf 50,2 ONLINE
Startseite



Paketpreis
2.630,00 €





Platzieren Sie Ihre Werbebotschaft mit einem Banner und/oder Online-Advertorial auf 50,2 ONLINE und erreichen Sie über 12.000 Besucher und Leser pro Monat.

BANNER

(Mindestlaufzeit 2 Wochen)

Werbeformate	Größe in Pixel	Pro Woche
Full Banner*	468 x 60 px	375,00 €
Skyscraper*	160 x 600 px	515,00 €
Medium Rectangle*	300 x 250 px	350,00 €

ONLINE-ADVERTORIAL oder VIDEO AD STARTSEITE

Text + Bild* + Link, Laufzeit: **2 Wochen**

Zuschlag Verlängerung um 1 Woche

1.725,00 €
550,00 €

DIGITAL CONTENT KAMPAGNE

Platzieren Sie Ihre Content Kampagne im wöchentlichen 50,2 Wochenspiegel-Newsletter und auf 50komma2.de.

Paid Content-Post bis 600 Zeichen + 1 Bild*
(290 px breit x bis zu 290 px hoch) + Link

Online Advertorial oder **Video Ad** + 1 Bild* + Link
Laufzeit: **2 Wochen** auf Startseite

2.500,00 €



www.50komma2.de

*Dateiformate: jpg, png

	Preis
50,2 Print und digitales 50,2 Flippingbook	
1/4 Anzeige/Advertorial	2.450,00 €
1/3 Anzeige/Advertorial	2.940,00 €
1/2 Anzeige/Advertorial	3.750,00 €
1/1 Anzeige/Advertorial	4.975,00 €
Zuschlag U2/U3	650,00 €
Zuschlag U4	1.100,00 €
Half Cover	7.750,00 €
Junior Page	4.095,00 €
Anbieterübersicht	1.075,00 €
Beileger auf Anfrage	
Nutzungsrechte – Beitrag / Sonderdruck	
Kurzbeiträge/Meldungen (bis 1.500 Zeichen)	290,00 €
1/1 seitiger Fachbeitrag (bis ca. 3.500 Zeichen)	550,00 €
2/1 seitiger Fachbeitrag (bis ca. 6.000 Zeichen)	995,00 €
50,2 Newsletter Formate	
Banner 640 x 140px	1.050,00 €
Small Link-Post: 150 Zeichen (Headline + Subline + Link)	750,00 €
Medium Paid Content-Post: 600 Zeichen + Bild (290 px x 290 px) + Link	1.150,00 €
Large Paid Content-Post: 1.200 Zeichen + Bild (640 px x 300 px) + Link	1.500,00 €
Zuschlag für Position 1 im Newsletter	300,00 €
Zuschlag für Position 2 im Newsletter	200,00 €
Zuschlag für Position 3 im Newsletter	100,00 €
Company – Sondernewsletter	3.950,00 €

	Preis
50,2 ONLINE	
Full Banner: 468 x 60px / Woche	375,00 €
Banner Skyscraper / Woche 160x600px	515,00 €
Banner Medium Rectangle / Woche 300x250px	350,00 €
Online-Advertorial oder Video Ad (Text + 1 Bild + Link)	
50,2 ONLINE – Laufzeit 2 Wochen Startseite	1.725,00 €
Zuschlag Verlängerung pro 1 Woche	750,00 €
Digitale Eventkampagnen	
Paket 1: Digitale Event/Webinar Kampagne - Medium Paid Content Post (600 Zeichen + Bild + Link) im 50,2 Wochenspiegel Newsletter + Eventbanner (300 x 100 px) auf 50,2 Online Startseite	1.625,00 €
Paket 2: Digitale Event/Webinar Kampagne - Medium Paid Content Post (600 Zeichen + Bild + Link) im 50,2 Wochenspiegel Newsletter + Medium Rectangle (300 x 250 px) auf 50,2 Online Startseite	2.200,00 €
Paket 3: Digitale Event/Webinar Kampagne - Large Paid Content Post (1.200 Zeichen + Bild + Link) im 50,2 Wochenspiegel Newsletter + Full Banner (468 x 60 px) auf 50,2 Online Startseite	2.630,00 €
Digitale Content Kampagne	
Paid Post: 600 Zeichen + Bild (290 px x 290 px) + Link im 50,2 Wochenspiegel Newsletter	
Online-Advertorial (Text + 1 Bild)	
50,2 ONLINE – Laufzeit 2 Wochen Startseite	2.500,00 €

Allgemeine Geschäftsbedingungen Credits gültig ab 01.01.2024

1. Produktdefinition

Die sig Media GmbH & Co. KG bietet Credits als Wertgutscheine und Verrechnungsäquivalent zur Verrechnung und Bezahlung von geldwerten Leistungen an. Die Credits stellen kein Produkt dar, sondern fungieren als Zahlungsmittel für Leistungen, die die sig Media GmbH seinen Kunden anbietet. Credits können nur zur Zahlung für Leistungen Verwendung finden, deren Auszeichnung in den Mediadaten und Preislisten ausdrücklich neben der geldwerten Auszeichnung auch mit umgerechneten Creditwert gekennzeichnet sind.

2. Creditwert

Der Geldwert eines Credits beträgt 25,00 € pro Credit netto. Die Verrechnungsäquivalente mit geldwerten Leistungen erfolgt stets netto auf Basis des Creditwertes von 25,00 € netto pro Credit.

3. Crediterwerb

Credits können in beliebiger Anzahl frei und unabhängig käuflich erworben werden. Es gilt dabei die jeweils ausgedruckte gültige Fassung der Staffelpreisliste für Credits und Creditkontingente. Massgebend für den Crediterwerb ist die vom Käufer ausgelöste online-Bestellung oder alternativ die schriftliche Bestellung per E-Mail, Brief oder Fax bei der sig Media GmbH & Co. KG. Mit Ausfertigung und Übersendung der Buchungsbestätigung durch die sig Media GmbH & Co. KG kommt der Kaufvertrag rechtswirksam zu Stande. Ab diesem Zeitpunkt hat die sig Media GmbH & Co. KG Anspruch auf Bezahlung des Rechnungsbetrages in Euro zzgl. gesetzlicher MwSt., der zum Erwerb der Credits berechnet wurde, unabhängig der tatsächlichen Erbringung von geldwerten Leistungen. Ein Anspruch auf Leistungserbringung einer geldwerten Leistung durch die sig Media GmbH & Co. KG besteht seitens des Crediterwerbers durch den Erwerb von Credits nicht. Der Crediterwerber erwirbt mit dem Kauf von Credits bei der sig Media GmbH & Co. KG keinerlei Lizenz- oder Nutzungsrechte.

4. Rechtsverfügbarkeit – Creditkonto

Erst mit Zahlungseingang/Gutschrift des Rechnungsbetrages in Euro zum Crediterwerb auf dem Bankkonto der sig Media GmbH & Co. KG erhält der Erwerber die gekaufte Creditanzahl auf seinem Kunden-Creditkonto gutgeschrieben. Erst ab diesem Zeitpunkt der Gutschrift auf dem Kunden-Creditkonto kann der Erwerber über die Credits verfügen und diese zur Bezahlung von geldwerten Leistungen benutzen.

5. Verrechnung von geldwerten Leistungen

Die Verrechnung und Bezahlung von geldwerten Leistungen mit Credits kann nur vollständig im Gesamtpreisumfang der Leistung erfolgen. Teilzahlungen oder anteilige Verrech-

nung von einzelnen Leistungen ist nicht zulässig. Reichen auf dem Kunden-Creditkonto noch vorhandene Credits nicht zur vollständigen Zahlung einer gebuchten geldwerten Leistung aus, so muss ein entsprechender Nacherwerb von Credits durch den Kunden erfolgen oder aber die geldwerte Leistung muss vollständig in Euro zum vereinbarten Erwerbspreis durch den Kunden bezahlt werden.

6. Zeitliche Gültigkeit von Credits

Credits sind nur in dem Kalenderjahr gültig für das sie ausgezeichnet sind und erworben wurden. Zum Ablauf des 31.12. eines jeden Jahres verlieren die Credits aus dem aktuellen Jahr ihre Gültigkeit als Zahlungs- und Verrechnungsmittel. Ein Anspruch auf Auszahlung bzw. Rückzahlung von zu diesem Zeitpunkt noch auf dem Kunden-Creditkonto vorhandenen Credits in Euro besteht nicht.

Ein Übertrag von Altcredits auf das nächste Kalenderjahr erfolgt nicht und ist demgemäß ausgeschlossen. Ungenutzte Credits verfallen damit zum Jahresende, für das sie erworben wurden.

Ausnahme bildet hier der Creditwerb vor Beginn des neuen Kalenderjahres zur Nutzung im nächst folgenden Kalenderjahr. Credits, die ausdrücklich für das Folgejahr gekennzeichnet sind und vorab erworben werden, sind erst ab Beginn des jeweiligen Geschäftsjahres nutzbar. Credits 2022 gelten dementsprechend nur im Jahr 2022 für Leistungen, die im Jahr 2022 gebucht bzw. genutzt werden. Rückwirkend sind Leistungen aus einem beendeten Kalenderjahr nicht mit Credits aus dem Folgejahr bezahlbar.

7. Verrechnung

Die Verrechnung bzw. die Bezahlung von geldwerten Leistungen kann nur innerhalb eines identischen Kundenkontos erfolgen. Creditinhaber und Leistungsanspruchnehmer müssen identisch sein.

Eine crossover-Nutzung von Credits anderer Dritter zur Bezahlung und Verrechnung von geldwerten Leistungen ist ausgeschlossen. Dies gilt auch für verbundene Unternehmen eines Firmenverbundes, einer Unternehmensgruppe oder eines Konzerns.

8. Übertragung und Weiterverkauf

Die Übertragung von Credits ist ausgeschlossen. Eine Genehmigung zur Übertragung von Credits auf Dritte ist nur mit ausdrücklicher, schriftlicher Zustimmung der sig Media GmbH & Co. KG in Ausnahmefällen möglich. Ein Zwischen- oder Weiterverkauf von Credits durch einen Crediterwerber an andere Dritte ist unzulässig.

9. Erfüllungsort und Gerichtsstand

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist für alle Verträge und Streitigkeiten daraus der Sitz des Verlages, also Köln. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

Allgemeine Geschäftsbedingungen gültig ab 01.01.2024

1. Anzeigenauftrag

Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Sämtliche Auftragsaufträge werden ausschließlich aufgrund dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen abgewickelt. Im Falle von elektronisch übermittelten Aufträgen kann der Text der Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf den Computer im Internetangebot unter www.50komma2.de heruntergeladen und/oder ausgedruckt werden. Von diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen und/oder Vereinbarungen werden, selbst bei Kenntnis, nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, ihrer Geltung wird ausdrücklich zugestimmt. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Verlages nicht dazu, dass die anderweitigen AGB als vereinbart gelten.

2. Unternehmer/Kunde

Kunde im Sinne dieser Geschäftsbedingungen sind natürliche oder juristische Personen oder rechtsfähige Personengesellschaften, mit denen in Geschäftsbeziehung getreten wird und die in Ausübung einer gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit handeln. Der Verlag ist Verwender dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

3. Angebote und Auftragserteilung

3.1 Alle Angebote des Verlages sind freibleibend. Mit dem Auftragsauftrag gibt der Kunde ein Angebot zum Abschluss eines Vertrages ab. Der Vertrag kommt erst zustande, wenn der Verlag die Annahme des Angebotes ausdrücklich schriftlich durch Auftragsbestätigung erklärt. Wird ein Auftragsauftrag auf elektronischem Wege in Auftrag gegeben, wird der Verlag den Zugang des Auftrages schriftlich bestätigen, allerdings stellt die Zugangsbestätigung noch keine verbindliche Annahme des Auftrages dar. Eine verbindliche Annahme liegt auch bei der Aufgabengabe auf elektronischem Wege erst vor, wenn der Verlag die Annahme des Angebotes ausdrücklich per Auftragsbestätigung erklärt. Gleiches gilt bei mündlich (fern-mündlich) erteilten Aufträgen. Auch hierbei ist erst die verbindliche Annahme durch den Versand der Auftragsbestätigung durch den Verlag erklärt.

3.2 Der Verlag ist berechtigt, das in der Beauftragung liegende Vertragsangebot des Kunden innerhalb von zwei Wochen nach Angebotsabgabe anzunehmen. Anzeigen sind im Zweifel, falls keine Ausgabenfestlegung

ausdrücklich erfolgt, zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahrgangs (Januar bis Dezember) nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3.3 Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Auftragserteilung

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Rücktritt

Der Auftraggeber hat nur ein Recht zum Rücktritt vom Vertrag aus wichtigem Grund. Die Erklärung des Rücktritts muss spätestens eine Woche vor dem Anzeigenabschlusstermin beim Verlag schriftlich oder in Textform eingegangen sein. Bei Ein-/Durchheften und allen verbindlich zugesagten Vorzugsplätzen einschließlich Umschlag- und Sonderseitenplatzierungen akzeptiert der Verlag keinen Rücktritt aus beim Auftraggeber liegenden wichtigen Gründen.

6. Ausgabenbezogene Aufträge

6.1 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenabschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6.2 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

7. Auftragsablehnung

Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge 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 verstoßen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Rechtzeitigkeit der Motivlieferung

Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglichen Ersatz an. Werden Motive und Druckunterlagen bzw. Druckdaten nicht rechtzeitig (spätestens bis zum in den jeweils gültigen Mediadaten ausgedruckten jeweiligen Druckunterlagenschlusstermin) vom Auftraggeber an den Verlag geliefert, so geht dies voll zu Lasten des Auftraggebers. Der Verlag hat in einem solchen Fall Anspruch auf vollständige Bezahlung der gebuchten Anzeige/Beilage.

9. Druckqualität und Ersatzansprüche

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder auf eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Farbliche Abweichungen sind nur dann als qualitative Beeinträchtigung anrechenbar, wenn die farbliche Wiedergabe im besonderen Maße von der üblichen herstellungsbedingten Farbvarianz abweicht. Lässt der Verlag eine ihm zum Abdruck einer Ersatzanzeige gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Der Verlag ist berechtigt, die Art der von dem Auftraggeber gewählten Nacherfüllung zu verweigern, sofern die gewählte Art der Nacherfüllung nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist und die andere Art der Nacherfüllung ohne erhebliche Nachteile für den Verbraucher bleibt.

10. Fristen

Kunden haben dem Verlag etwaige bestehende offensichtliche Mängel innerhalb einer Frist von zwei Wochen ab Ab-

druck der Anzeige (Erscheinungstermin) schriftlich oder in Textform anzuzeigen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung der Mängelanzeige. Nach Ablauf der Zwei-Wochen-Frist ist die Geltendmachung von offensichtlichen Mängeln durch den Unternehmer ausgeschlossen.

11. Haftung des Verlages

Wählt der Kunde nach gescheiterter Nacherfüllung den Rücktritt vom Vertrag, steht ihm daneben kein Schadensersatzanspruch wegen des Mangels zu. Dies gilt nicht für Personenschäden (Schäden an Leben, Körper und Gesundheit) und Schäden nach dem Produkthaftungsgesetz, für diese Schäden haftet der Verlag nur im Fall nachgewiesener grober Fahrlässigkeit oder Vorsatz. Der Schadensersatzausschluss gilt auch nicht für sonstige Schäden, die dem Kunden infolge einer vom Verlag vorsätzlich oder grob fahrlässig verübten Pflichtverletzung entstanden sind. Für vertragstypische Schäden, die dem Kunden infolge einer vom Verlag verübten wesentlichen Vertragspflichtverletzung entstanden sind, haftet der Verlag auch dann, wenn ihm oder einem seiner Erfüllungsgehilfen Fahrlässigkeit zur Last fällt. Eine wesentliche Vertragspflicht im vorgenannten Sinne ist eine solche, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertraut und vertrauen darf. Im Übrigen ist die Haftung des Verlages für leichte Fahrlässigkeit ausgeschlossen. Die Nachweispflicht obliegt alleine dem Auftraggeber.

12. Korrekturabzüge

Korrekturabzüge sind aus technischen Gründen nicht vor Drucklegung lieferbar.

13. Größenvorschriften und Formate

Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.

14. Gültige Preise

Die angebotenen Anzeigenpreise in der jeweils gültigen Preisliste sind bindend.

15. Rechnungsstellung und Zahlungsbedingungen

Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort nach Veröffentlichung (Datum des Erscheinungstermins) der Anzeige übersandt. Die Zahlung der Rechnung hat ohne Abzug innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungserhalt zu erfolgen, sofern nicht auf der Rechnung etwas anderes vermerkt ist. Nach fruchtlosem Ablauf dieser Frist kommt der Kunde in Verzug. Während des Verzugs ist die Geldschuld in Höhe von 8%-Punkten über dem Basiszinsatz zu verzinsen.

16. Agenturaufträge und AE-Provisionen

Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbemittler, Media- und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines 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 Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. AE-Provisionen können nur nachweislich an im Auftrag eines Kunden/Mandanten agierende Werbe- und Mediaagenturen geleistet werden. 15% vom Nettoauftragswert ist die maximale Provisionshöhe, die an solche Agenturen geleistet werden kann. Inhouseagenturen von Anzeigenkunden wird keine AE-Provision gewährt.

17. Belege

Der Verlag liefert mit der Rechnung oder mit separater Post auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

18. Kosten für Druckunterlagen und Datenbearbeitung

Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen in übersandten Druckdaten ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

19. Auflagenminderung

Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres um mehr als 25 Prozent unterschritten wird. Bei Einzelbuchungen für Anzeigen oder Beilagen in einzelnen Ausgaben entsteht erst dann ein Preisminderungsanspruch des Kunden, wenn die Auflagenhöhe einer Ausgabe im Vergleich zum Auflagendurchschnitt des letzten Quartals um 40 Prozent reduziert ist. Die Nachweispflicht über die entsprechende Auflagenreduzierung obliegt dabei alleine dem Auftraggeber. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen,

wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

20. Erfüllungsort und Gerichtsstand

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist für alle Verträge und Streitigkeiten daraus der Sitz des Verlages, also Köln.

21. Recht

Sämtliche Rechtsbeziehungen aus diesem Vertrag unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland. Es gelten zudem die gültigen steuerlichen- und Finanzbestimmungen der Bundesrepublik Deutschland.

22. Sonstige Bestimmungen

Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages einschließlich der Regelungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise gegen zwingendes Recht verstoßen oder aus anderen Gründen nichtig oder unwirksam sein, so bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. An die Stelle der unwirksamen Klausel tritt dann die jeweils rechtlich gültige Regelung. Etwaige Ergänzungen oder Änderungen dieser AGB haben schriftlich zu erfolgen.

23. Datenschutzerklärung

Der Auftraggeber wird hiermit gemäß Teledienstedatenschutzgesetz (TDDSG), Mediendienstestaatsvertrag (MDStV), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Vertragsbeziehungen mit dem Verlag angegebenen Daten, insbesondere die im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der Auftraggeber dies angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung. Der Verlag ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des Auftraggebers bzw. eines Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um den Auftraggeber die Inanspruchnahme der Leistungen des Verlages zu ermöglichen und eine Abrechnung vornehmen zu können. Der Auftraggeber kann jederzeit die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten unentgeltlich bei dem Verlag einsehen. Der Verlag verpflichtet sich seinerseits, im Rahmen des TDDSG, MDStV, BDSG sowie der sonstigen Datenschutzbestimmungen, die ihm aus dem Vertragsverhältnis bekannt werdenden Daten des Auftraggebers, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke der Vertragsanbahnung und Vertragsabwicklung zu verwenden, das Datengeheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist.