

# 2012

## Media-Informationen

Preisliste Nr. 12  
gültig ab 1. 10. 2011



## Kurz-Charakteristik:

Die Fraunhofer-Gesellschaft ist die führende Trägerorganisation für Auftragsforschung in Europa. Zur Fraunhofer-Gesellschaft gehören 59 Institute in der Bundesrepublik sowie Niederlassungen in den USA und Asien.

Das Magazin „weiter.vorn“ ist das Forschungsmagazin der Fraunhofer-Gesellschaft und informiert regelmäßig über das ganze Spektrum moderner Forschung, Technik und Innovation. Als Werbeträger überzeugt „weiter.vorn“ besonders durch folgende Merkmale:

- **Exklusive Zielgruppe:**  
Führungskräfte und Entscheider aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung mit überdurchschnittlich hohem Maß an Bildung, Entscheidungskompetenz und Fachwissen
- **Starke Leser-Blatt-Bindung (Abo-Anteil von 66%)**
- **Internationalität**

## Herausgeber/Verlag/Redaktion:

Fraunhofer-Gesellschaft e.V.  
Birgit Niesing  
Hansastraße 27c, D-80686 München  
Telefon: 089/1205-1304  
Telefax: 089/1205-77-1304  
E-Mail: birgit.niesing@zv.fraunhofer.de

## Ansprechpartner Anzeigen:

Heise Zeitschriften Verlag GmbH & Co.KG  
Technology Review  
Karl-Wiechert-Allee 10  
30625 Hannover, Telefon: +49 [0] 511 5352-0  
[www.heise.de/mediadaten/](http://www.heise.de/mediadaten/)

**Anzeigenleitung:** Michael Hanke  
**Telefon:** +49 [0] 511 5352-167  
**Telefax:** +49 [0] 511 5352-443  
**E-Mail:** michael.hanke@heise.de

**Verkaufsleitung:** Michaela Thiem  
**Telefon:** +49 [0] 511 5352-421  
**Telefax:** +49 [0] 511 5352-443  
**E-Mail:** michaela.thiem@heise.de

## Senior Media

**Consultant/**  
**Disposition:** Julia Gäbel  
**Telefon:** +49 [0] 511 5352-633  
**Telefax:** +49 [0] 511 5352-443  
**E-Mail:** julia.gaebel@heise.de

## Lieferadresse Anzeigen

Fraunhofer-Gesellschaft e.V.  
Christa Schraivogel  
Hansastraße 27c, D-80686 München  
Telefon: 089/1205-1306  
Telefax: 089/1205-77-1306  
E-Mail: christa.schraivogel@zv.fraunhofer.de

## Auflagenanalyse:

### ■ Deutsche Ausgabe

<b>Druckauflage:</b>	25.000
Abonnierte Exemplare:	16.500
Verteilung über Goethe-Institute, Botschaften und Nebenstellen der Fraunhofer-Institute:	5.000
Verteilung auf Messen, Veranstaltungen und Kongressen der Fraunhofer-Gesellschaft:	3.000
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	500

### ■ Englische Ausgabe

<b>Druckauflage:</b>	11.500
Abonnierte Exemplare:	3.515
Verteilung über Außenstellen, Botschaften, Goethe-Institute:	4.500
Verteilung auf internationalen Veranstaltungen, Messen und Kongressen der Fraunhofer-Gesellschaft:	3.100
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	385

### Hinweise zur Bereitstellung digitaler Daten:

Grundsätzlich alle verwendeten Schriften mitliefern. Programme: **PageMaker:** Keine offenen Dateien (ggf. EPS-Dateien). **FreeHand:** Editierbare EPS-Datei, Text in Pfade konvertiert. **Adobe Illustrator:** EPS-Datei, Schrift in Pfade konvertiert. **InDesign:** EPS-Dateien mit eingebundenen Schriften. **CorelDRAW:** Keine offenen Cdr-Dateien! Als TIF-Datei exportieren mit 300 dpi Auflösung (keine EPS-Dateien!). **Word:** nur als Gestaltungsvorschlag und zur Text- und Bild-Übernahme geeignet. Anzeigen müssen komplett neu angelegt werden (kostenpflichtig). Ebenso Power-Point. **PDF-Dateien** sind geeignet. Keine Ps-Daten. **Datenträger:** CD-ROM. Bitte gleichzeitig ein Fax der Anzeige mit Ordner-Name an **Fax 089/1205-77-1306**. Als Dokumentation der angelieferten Datei ist ein farbiger Proof (100 %) bzw. S/w-Ausdruck/Fax oder eine PDF-Datei notwendig. **Kontakt:** Fr. Schraivogel, Tel. 089/1205-1306, E-Mail:christa.schraivogel@zv.fraunhofer.de

## Terminplan:

### ■ Deutsche Ausgabe

Heft	EVT	Anzeigenschluss	Druckunterlagen
1.2012	16.12.2011	07.11.2011	25.11.2011
2.2012	22.03.2012	07.02.2012	24.02.2012
3.2012	22.06.2012	09.05.2012	25.05.2012
4.2012	21.09.2012	08.08.2012	24.08.2012
1.2013	14.12.2012	07.11.2012	23.11.2012

### ■ Englische Ausgabe

Heft	EVT	Anzeigenschluss	Druckunterlagen
2.2012	15.06.2012	09.05.2012	27.05.2012
1.2013	07.12.2012	07.11.2012	23.11.2012

**Zeitschriftenformat:** 220 mm breit x 268 mm hoch

**Anzeigenformate und Preise (sw + 4c):**

Formate (Breite x Höhe in mm)

Seite	Anschnitt*	Satzspiegel	Preis	Kombi (dt.+engl. Ausg.)
1/1	220 x 268	196 x 240	€ 3.500	€ 4.500
1/2 quer	220 x 134	196 x 120	€ 1.750	€ 2.250
1/2 hoch	110 x 268	98 x 240	€ 1.750	€ 2.250
1/3 quer	220 x 90	196 x 80	€ 1.250	€ 1.650
1/3 hoch	74 x 268	67 x 240	€ 1.250	€ 1.650
1/4 quer	220 x 67	196 x 60	€ 1.000	€ 1.250
1/4 hoch	55 x 268	49 x 240	€ 1.000	€ 1.250

\* Beschnittzugabe ausgehend vom Anschnittformat zzgl. 3 mm Kopf, mind. 3 mm Außen- und 3 mm Fußbeschnitt sowie 3 mm Fräserand zum Bund.

**Druckverfahren:**  
**Druckunterlagen:**

Offsetdruck (Eurosкала)  
bevorzugt digital (siehe Hinweise links)  
Seitenverkehrte Filme bis 60er Raster  
Klebebindung  
maximale Größe 215 x 263 mm  
Preise bis 25 g Gesamtgewicht 180,- €  
pro Tausend zzgl. der jeweils gültigen-  
Postgebühren. Nur für Gesamtauflage  
möglich, nicht rabattierbar

**Bindeverfahren:**  
**Beilagen:**

# Geschäftsbedingungen AGB für Anzeigen (Stand 01. 10. 2011)

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in der Zeitschrift „Fraunhofer Magazin“ zum Zweck der Verbreitung.
2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene werbende Anzeigenaufträge zu erstellen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen, 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 keine gegenteilige Regelung vereinbart wird.
3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
5. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Zeilen an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzuhellen, wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder – deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist
7. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei Anfertigung digitaler Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäß, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig zum Druckunterlagenschluss anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.
8. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
9. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzverpflichtung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, die Ersatzanzeige bzw. Ersatzverpflichtung zu verweigern, wenn – diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder – diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.
- Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzverpflichtung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber das Recht auf Zahlung des Rückgelages. Bei nicht offensichtlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorstäglichem Verhalten beruhen.
10. Unabsehbar wird der Auftrag auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probezeug. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Druckunterlagenschluss oder innerhalb einer zwischen den Parteien vereinbarten Frist mitgeteilt werden.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich ein andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwasige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht

- auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenausstusstermin und von dem Zeitpunkt offen stehender Restzahlungen ab. Die Vorauszahlung ist nachfolgend als „Vorauszahlung“ bezeichnet.
14. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
15. Erfüllungsort ist Hannover. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichen-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Hannover. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
16. Die Werbungsmitler und Werbungsunternehmen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
17. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen 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 in Textform ausgeübt werden.
18. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss vor Inanspruchnahme des Konzernrabattes erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernabrechnung.
19. Der Auftraggeber gewährt die Rechte, die er allein an dem Anzeigenauftrag besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelegten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen zollfrei unbegrenzt übertragen.
20. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.
21. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenchluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht ausgeführt werden kann. Sofern die Veröffentlichung der Anzeige an gewünschter Stelle nicht durch den Verlag bestätigt wurde, übernimmt der Verlag hierfür keine Haftung. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies auf ausdrücklichen Bestätigung bedarf.
22. Sofern die Beleg- oder Belegseiten als Werbemittel vereinbart wurde, so hat der Auftraggeber dafür zu sorgen, dass diese gemäßen den Vorgaben des Jugendrechtsschutzes gekennzeichnet ist. Der Verlag kann die Veröffentlichung einer solchen CD-ROM ablehnen, wenn diese mit einer Altersfreigabe über sechs Jahre gekennzeichnet ist oder eine Kennzeichnung generell fehlt.
23. Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen
  - a) Digitale Druckvorlagen sind solche, welche per Datenträger (z. B. Disketten, Cartridges, CD-ROMs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z. B. ISDN) an den Verlag papierlos übermittle werden.
  - b) Unveränderte Druckresultate (z. B. fehlende Schriften, falsche Rasterweite), die sich auf eine Abweichung des Kunden von dem Empfehlung des Verlages zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Preiserminderungsanspruch.
  - c) Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien, z. B. Dateien, welche unter Corel Draw, QuarkXPress, FreeHand usw. gespeichert wurden, kann der Verlag ablehnen. Der Verlag kann bei offenen Dateien die Rechte des Kunden hinsichtlich der Rechte an den Daten zurückgefordert werden.
  - d) Bei Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.
  - e) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Preiserminderungsanspruch auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an die Druckerei zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Die Korrekturkosten für die Druckerei sind ausdrücklich angefordert zu werden.
  - f) Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infizierten Computerviren dem Verlag Schäden entstanden sind.