

Titelportrait

Kurzcharakteristik:

Kriminalistik liefert monatlich fundierte Informationen und Beiträge aus der Feder von Fachleuten zu Themen wie Kriminalpolitik, Kriminalistik, Kriminologie, Kriminaltechnik, Strafrecht, Polizeiliche Aus- und Fortbildung, Rechtsmedizin, Rubriken wie Recht Aktuell, Kriminaltechnik International, Literatur, KRIMINALISTIK Schweiz sowie KRIMINALISTIKCampus runden den Inhalt ab.

Zielgruppe:

Führungskräfte der Polizei, Kriminalpolizeidienststellen, Schutzpolizei, mit der inneren Sicherheit befasste Entscheidungsträger, FHS-Studenten und Dozenten (Polizei), Rechtsanwälte, Richter, Staatsanwälte

Erscheinungsweise: 11 Ausgaben jährlich (August/September Doppelausgabe)
Jahrgang/Jahr: 65. Jahrgang 2011
Web-Adresse: www.kriminalistik.de

Herausgeber:

Jörg Ziercke, Präsident des Bundeskriminalamtes; **Klaus Hiller**, Präsident des LKA Baden-Württemberg; **Peter Dathe**, Präsident des Bayerischen LKA; **Peter-Michael Haebeler**, Leiter des LKA Berlin; **Dieter Büddefeld**, Direktor des LKA Brandenburg; **Andreas Weber**, Leiter LKA Bremen; **Reinhard Chedor**, Leiter des LKA Hamburg; **Sabine Thurau**, Präsidentin des Hessischen LKA; **Ingolf Mager**, Direktor des LKA Mecklenburg-Vorpommern; **Uwe Kolmey**, Direktor des LKA Niedersachsen; **Wolfgang Gatzke**, Direktor des LKA Nordrhein-Westfalen; **Wolfgang Hertinger**, Leiter des LKA Rheinland-Pfalz; **Franz Josef Biesel**, Direktor des LKA Saarland; **Paul Scholz**, Präsident des LKA Sachsen; **Jürgen Schmökel**, Direktor des LKA Sachsen-Anhalt; **Hans-Werner Rogge**, Direktor des LKA Schleswig-Holstein; **Helmut Huber**, Präsident des LKA Thüringen; **Rainer Kasecker**, Ltd. Kriminaldirektor, DHPol

Verlag: Kriminalistik, Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH
Geschäftsführung: Dr. Karl Ulrich
Objektleitung: Dr. Martin Cramer

Postanschrift: Postfach 10 28 69, D-69018 Heidelberg

Hausanschrift: Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg
Telefon: (0 62 21) 4 89-416, Telefax: (0 62 21) 4 89-624 Internet:
www.kriminalistik.de,
E-Mail: judith.hamm@hjr-verlag.de

Redaktion: Bernd Fuchs, Chefredakteur,
Leitender Kriminaldirektor, Polizeidirektion Heidelberg
Römerstraße 2-4, 69115 Heidelberg
Telefon: (0 62 21) 99-10 00, Fax: (0 32 12) 89 47 90 8
E-Mail: kriminalistik@gmx.de




Anzeigen: **Isabell Henze**
Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH
Im Weiher 10, 69121 Heidelberg
Telefon: (0 62 21) 4 89-284, Telefax: (0 62 21) 4 89-624
E-Mail: isabell.henze@hjr-verlag.de

Vertrieb: Rhenus Medien Logistik GmbH & Co. KG
Abo-Service, Jutta Müller,
Justus-von-Liebig-Str. 1, 86899 Landsberg am Lech
Telefon: (0 81 91) 9 70 00-6 41, Fax: (0 81 91) 9 70 00-1 03
E-Mail: aboservice@hjr-verlag.de

Bezugspreis: € 152,95 jährlich zzgl. Versandkosten Inland € 20,-, Ausland € 26,-
(inkl. MwSt.)

ISSN: 0023-4699

Anzeigenpreisliste Nr. 38, gültig ab 1.1.2011

Druckauflage:	2.000 Exemplare	
Aboauflage:	1.700 Exemplare	
Zeitschriftenformat:	210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A 4	
Satzspiegel:	178 mm breit, 257 mm hoch	
Spaltenzahl:	2 Spalten, Spaltenbreite: 86 mm	
Druckverfahren:	Offset	
Bindeverfahren:	Rückendrahtheftung	
Druckunterlagen:	Anlieferung von Daten im PDF-Format. Nähere Informationen siehe Blatt <i>Technische Daten</i>	
Anzeigenpreise:	Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer	
Format	B x H in mm	Grundpreis s/w
1/1 Seite	178 x 257 im Satzspiegel 216 x 303 angeschn.	1.300,- €
		
1/2 Seite	86 x 257 hoch 178 x 126 quer	780,- €
		
1/4 Seite	86 x 126 Block 178 x 62 quer	425,- €
		
Vorzugsplatzierungen:	2. + 4. Umschlagseite s/w	1.560,- €
	3. Umschlagseite s/w	1.495,- €
Farbzuschläge:	2-farbig*	300,- €
Farben nur auf den Umschlagsseiten möglich	4-farbig*	500,- €
Formatzuschläge:	10 % vom Grundpreis Angeschnittene Anzeigen, Anzeigen über Bund	

Rabatte:	bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten		
Malstaffel:		Mengenstaffel:	
3-maliges Erscheinen	3 %	3 Seiten	5 %
6-maliges Erscheinen	5%	6 Seiten	10 %
9-maliges Erscheinen	10 %	9 Seiten	15 %
12-maliges Erscheinen	15 %	12 Seiten	20 %
Einhefter:	4 Seiten		2.290,- €
	nur auf Anfrage und nicht rabattierbar*		
Beilagen:	bis 25 g, je tausend		650,- €
nicht rabattierbar und nur für Gesamtauflage*	bis 50 g, je tausend		975,- €
	*Anlieferung: Muster bei Auftragserteilung. Muster vorab erforderlich. Nähere Informationen finden Sie auf der Seite Technische Daten		
Anlieferung	AZ Druck und Datentechnik GmbH, z. Hd. Herrn Seitz Heisinger Straße 16, 87437 Kempten Mit Vermerk: „Für Kriminalistik Ausgabe____/2011“		
Zahlungsbedingungen:	30 Tage nach Rechnungsdatum netto		
Bankverbindung:	Bayerische Landesbank München Kto.-Nr.: 3 60 10, BLZ: 700 500 00 IBAN: DE16 7005 0000 0000 0360 10 DE 811 158 336		
USt.-ID:	DE 811 158 336		
Erscheinungsweise:	11 Ausgaben jährlich (August/September Doppelausgabe)		
Termine:			
Ausgaben	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Anliefertermin
1/2011	17.01.2011	16.12.2010	22.12.2010
2/2011	15.02.2011	20.01.2011	01.02.2011
3/2011	15.03.2011	17.02.2011	01.03.2011
4/2011	15.04.2011	23.03.2011	01.04.2011
5/2011	16.05.2011	21.04.2011	02.05.2011
6/2011	17.06.2011	19.05.2011	20.06.2011
7/2011	18.07.2011	22.06.2011	01.07.2011
8-9/2011	15.09.2011	23.08.2011	01.09.2011
10/2011	17.10.2011	22.09.2011	03.10.2011
11/2011	15.11.2011	20.10.2011	31.10.2011
12/2011	15.12.2011	22.11.2011	01.12.2011

Technische Daten

Druckverfahren

Umschlag: Offset im 70er Raster

Inhalt: Offset im 70er Raster

Papier : 80 g/qm Opako Star matt

Verarbeitung: Rückendrahtheftung

Druckunterlagen Anlieferung von Daten im PDF-Format, ab Version 1.3 (PDF/X-1a), mit Acrobat Distiller ab Version 4.05 erzeugt. Bilddaten hochauflösend mindestens 300 dpi, Auflösung für 70er Raster, Farbmodell immer CMYK (nie RGB oder LABElemente).

Farbanzeigen Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil Version 2.0 und einem Proof- bzw. Messprotokoll (= Zertifikat) vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen. Der CMYK-Medienkeil (Version 2.0) und die Statuszeile mit der verwendeten Anpassung, Ausgabedatum sowie Kalibrationsdatum müssen auf jedem Proof enthalten sein.

Vorgaben für das Proof Nach FOGRA-Standard. Mit FOGRA Medienkeil 2.0 nach Standard, ISOcoated_v2_eci.icc FOGRA 39L. Bitmap (Strichscans) sollten eine Auflösung von mindestens 1.000 dpi haben. Das Format angelegt in Originalmaßen plus 3 mm Beschnittzugaben und Beschnittmarken.

Datenadresse Körperlich auf CD mit Directory-Ausdruck an Verlag oder per Mail an isabell.henze@hjr-verlag.de

Einhefter

- bei 4 Seiten mind. 80 g/qm
- Format unbeschnitten 216 mm breit, 306 mm hoch, Kopfbeschnitt 6 mm

Beilagen

- Gewicht insg. max. 50 g/Exemplar
- Papiergewicht: bei DIN A4 mind. 90 g/qm, bei 2 Seiten
- DIN A6/A5 mind. 150 g/qm, bei 4 Seiten DIN A5/A4 mind. 90 g/qm
- Mindestformat (geschlossen): 105 x 148 mm
- Maximalformat (geschlossen): 200 x 285 mm
- Maximalstärke: 2 mm

Beilagen können grundsätzlich nur an unbestimmter Stelle positioniert werden; speziell zu verarbeitende Beilagen benötigen der Rücksprache

Anlieferung AZ Druck und Datentechnik GmbH
z. Hd. Herrn Seitz
Heisinger Straße 16
87437 Kempten
Telefon +49 (831) 206-5316
Mit Vermerk: „Für Kriminalistik Ausgabe____/2011

Vermerk: Jede Lieferung muss einen Lieferschein mit folgenden Angaben erhalten: Absender mit Telefonnummer, Titel und Ausgabe der Zeitschrift, Name des Werbemittels, Codenummer oder sonst. Identifikationsvermerke, Typ: Beilage, Einhefter Beikleber, Gesamtmenge der Lieferung, Anzahl der Paletten.

Unter <http://www.az-druck.de/> im Bereich Druckvorstufe finden Sie weitere Angaben zu Druckunterlagen und Anlieferungsanforderungen.

AGB

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen und Online-Werbemittel

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1.1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge des Auftraggebers durch die Verlagsgruppe Hühlig Jehle Rehm GmbH (Verlag) gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages. Deren Regelungen bilden einen wesentlichen Vertragsbestandteil der AGB. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.
1.2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage eines Modells angenommen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

2.1. Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.
2.2. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste.
2.3. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, auch in Form von einzelnen Abrufen im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt und/oder vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Der Verlag erklärt die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte.

§ 3 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisnachlässe

3.1. Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach der zur Zeit der Veröffentlichung geltenden Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge.
3.2. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.
3.3. Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.
3.4. Der Rechnungsbetrag ist netto (ohne Abzug) innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum zur Zahlung fällig.
3.5. Zahlungen müssen kosten- und spesenfrei auf die in der Rechnung angegebenen Bankkonten des Verlages geleistet werden.
3.6. In der Preisliste bezeichnete Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahreszeitraums erscheinenden Anzeigen gewährt (Anzeigenjahr). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines solchen Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht anders vereinbart.
3.7. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Nachlass, sofern der Grundauftrag nachlassfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat vor Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
3.8. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
3.9. Der Auftraggeber ist verpflichtet, Bestätigungen und Rechnungen auf offensichtliche Schreib- und Rechenfehler sowie Bestätigungen auf Abweichungen von der Bestellung zu prüfen und dem Verlag etwaige Unstimmigkeiten unverzüglich mitzuteilen. Der Verlag behält sich das Recht vor, bei offensichtlichen Unrichtigkeiten in Rechnungen wie Rechenfehler bzw. Schreibfehler, diese bis zu sechs Monate nach Rechnungsstellung zu korrigieren.
3.10. Aus einer Auflagenminderung kann kein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung im vorgenannten Sinne gilt nur dann als ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20 % unterschritten wird.

3.11. Ein Recht zur Aufrechnung steht dem Auftraggeber nur zu, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt oder vom Verlag ausdrücklich schriftlich anerkannt sind. Zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechtes ist der Kunde nur insoweit befugt, als Gegenansprüche aus dem gleichen Vertragsverhältnis bestehen.

§ 4 Vertragsabwicklung, weitere Kosten

4.1. Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
4.2. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckvorlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckvorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag schuldet für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckvorlagen werden nur auf besondere Aufforderung innerhalb von 4 Wochen nach ihrer Überlassung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Monate nach Ablauf des Auftrages.
4.3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4.4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Geht der Abzug nicht fristgemäß beim Verlag wieder ein, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
4.5. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
4.6. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege auf dessen Kosten zugesandt (auch wenn es sich um ursprüngliche Express- oder Einschreibesendungen 2 handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag nicht.
4.7. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.
4.8. Anzeigenaufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.
4.9. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z.B. zum Abdruck einer Gegendarstellung aufgrund der geschalteten Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten der Gegendarstellung nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.
4.10. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem sog. Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag ausdrücklich anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 5 Gewährleistung

5.1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr übernommen.
5.2. Der Verlag schuldet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier. Voraussetzung hierfür ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Angaben in Preisliste).

- 5.3. Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.
- 5.4. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung - bei Kaufleuten als Auftraggeber jedoch unverzüglich - 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 Druck-vorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige.
- 5.5. Sind etwaige Mängel der vom Kunden gelieferten Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- 5.6. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn der Auftraggeber schuldhaft sonstige Regelungen dieser AGB und der Preisliste nicht beachtet, die für die Qualität der Anzeigenveröffentlichung unmittelbar von Bedeutung sind.
- 5.7. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
- 5.8. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

§ 6 Haftung

- 6.1. Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalspflicht). Die Schadensersatzpflicht ist - abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit - auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlages nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
- 6.2. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
- 6.3. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

§ 7 Speicherung von Kundendaten

- 7.1. Die Datenverarbeitung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Verlag speichert die personenbezogenen Kundendaten (Bestandsdaten und Nutzungsdaten) zur Vertragsabwicklung und gibt diese auch nur zu diesem Zweck gegebenenfalls an Dritte weiter.
- Im Übrigen erfolgt bei berechtigtem Interesse zum Zwecke der Kreditprüfung ein Datenaustausch mit Konzernunternehmen, Auskunfteien sowie der Schutzgemeinschaft für allgemeine Kreditsicherung (Schufa).
- 7.2. Daneben werden die persönlichen Daten des Auftraggebers gemäß der aktuellen Datenschutzerklärung verarbeitet.

§ 8 Widerrufsrecht für Verbraucher bei Fernabsatzverträgen

Bei Verträgen über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen, die zwischen dem Verlag und einem Verbraucher als Auftraggeber unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln (d.h. Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss des Vertrags ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Vertragsparteien eingesetzt werden können, insbesondere Briefe, Kataloge, Telefonanrufe, Telekopien, E-Mails sowie Rundfunk, Tele- und Mediendienste) abgeschlossen werden (sog. Fernabsatzverträge), gelten folgende Bestimmungen:

Widerrufsrecht

Der Auftraggeber, bei dem es sich um einen Verbraucher handelt, ist berechtigt, seine Bestellung innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen in Textform (z.B. Brief, Fax, E-Mail) zu widerrufen. Die Frist beginnt mit Erhalt dieser Belehrung in Textform, jedoch nicht vor Vertragsschluss und auch nicht vor Erfüllung unserer Informationspflichten gemäß § 312c Abs. 2 BGB in Verbindung mit § 1 Abs. 1, 2 und 4 BGB-InfoV sowie unserer Pflichten gemäß § 312e Abs. 1 S. 1 BGB in Verbindung mit § 3 BGB-InfoV. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs an

**Verlagsgruppe Hühthig Jehle Rehm GmbH
Kundenbetreuung
Hultschiner Str. 8
81677 München
Fax: +49 (0) 89 – 21 83-76 20
E-Mail kundenbetreuung@hjr-verlag.de**

Widerrufsfolgen

Im Falle eines wirksamen Widerrufs sind die beiderseits empfangenen Leistungen zurückzugewähren und ggf. gezogene Nutzungen (z. B. Zinsen) herauszugeben. Kann der Auftraggeber dem Verlag die empfangene Leistung ganz oder teilweise nicht oder nur in verschlechtertem Zustand zurückgewähren, muss der Auftraggeber dem Verlag insoweit ggf. Wertersatz leisten. Dies kann dazu führen, dass der Auftraggeber die vertraglichen Zahlungsverpflichtungen für den Zeitraum bis zum Widerruf gleichwohl erfüllen muss. Verpflichtungen zur Erstattung von Zahlungen müssen innerhalb von 30 Tagen erfüllt werden. Die Frist beginnt für den Auftraggeber mit der Absendung seiner Widerrufserklärung für den Verlag mit deren Empfang. Das Widerrufsrecht des Auftraggebers erlischt vorzeitig, wenn der Vertrag von beiden Seiten auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers vollständig erfüllt ist, bevor der Auftraggeber sein Widerrufsrecht ausgeübt hat. Ende der Widerrufsbelehrung

§ 9 Schlussbestimmungen

- 9.1 Der Verlag behält sich die Änderung der vorliegenden AGB vor. Änderungen der Nutzungsbedingungen werden dem Kunden mindestens vier Wochen vor Inkrafttreten in Textform mitgeteilt. Dazu ist der Verweis auf die Internetadresse, unter der die aktuelle Fassung abrufbar ist, ausreichend. Wird den Änderungen nicht binnen eines Monats nach Zugang widersprochen, gelten diese als angenommen. Bei fristgerechtem Widerspruch gilt der Vertrag unverändert fort.
- 9.2 Anwendbar ist deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Erfüllungsort ist Heidelberg.
- 9.3 Handelt es sich bei dem Kunden um einen Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, so ist Gerichtsstand Heidelberg. 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.

Angaben zum Anbieter

Verlagsgruppe Hühthig Jehle Rehm GmbH
Im Weiher 10, 69121 Heidelberg
Sitz der Gesellschaft: Heidelberg
Eingetragen beim Amtsgericht Mannheim unter HRB 337678
USt.Ident.Nr.: DE 811 158 336
Geschäftsführer: Dr. Karl Ulrich
Tel. +49 (0) 62 21 – 489-0
Fax +49 (0) 62 21 – 489-279
E-Mail info@hjr-verlag.de
Internet www.hjr-verlag.de

HJR-Übersicht

Kriminalistik ist eine Marke der Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH. Zur Verlagsgruppe gehören außerdem folgende erfolgreichen Fachinformationsanbieter mit Ihren Produkten (Zeitschriften, Fachbücher, Loseblattwerke, CD-ROM, Online-Produkte, Seminare u.v.m.)



Ecomed Medizin

Arbeitsmedizin, Sozialmedizin, Umweltmedizin (ASU), klinische Medizin sowie Abrechnung medizinischer Leistungen
www.ecomed-medizin.de



Ecomed Sicherheit

Arbeits- und Umweltschutz, Brandschutz, Feuerwehr, Gefahrgut, Gefahrstoffe, Ladungssicherung
www.ecomed-sicherheit.de



Storck Verlag

Gefahrgut, Feuerwehr, Verkehr/Logistik
www.storck-verlag.de



Rehm / R.v. Decker / Jehle

Öffentliche Verwaltung: Personalwesen, Finanzen, Allgemeine Verwaltung, Bau-Vergabe-Umweltrecht
www.rehmnetz.de



Datakontext

Personalarbeit, Entgeltabrechnung, Datenschutz und IT Sicherheit
www.datakontext.de



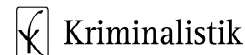
mitp & bhv-Buch

Software-Entwicklung, SEM, SEO, Fotografie, Grafikdesign, Architektur, Business Intelligence, IT-Zertifizierungen, Office-Anwendungen
www.it-fachportal.de



C.F. Müller

Fachinformationen für Juristen vom Studienanfänger bis hin zum Spezialisten in Kanzlei, Justiz, Wirtschaft oder Wissenschaft
www.cfmuller.de
www.cfmuller-campus.de



Kriminalistik

Kriminalistik, Polizeipraxis, Kriminologie, Recht und Innere Sicherheit für die kriminalistische Ausbildung, Praxis und Wissenschaft
www.kriminalistik-verlag.de