



**Rücksendetermin: umgehend**

**Bitte zurück an**

NürnbergMesse GmbH

MesseService Interzoo

Team Marketing

T +49 9 11 86 06-80 30

F +49 9 11 86 06-12 80 30

**Druckunterlagen** senden Sie bitte per E-Mail an:

marketing-messeservice@nuernbergmesse.de

Nutzen Sie die Marketing-Pakete der Interzoo 2020 und rücken Sie Ihr Unternehmen in den Fokus der Fachbesucher. Sieben interessante Möglichkeiten, die verschiedene Kanäle zu bedienen (Print-, Online- und Vor Ort-Werbung), stehen zur Auswahl. Machen Sie auf sich aufmerksam!

**Dieses Angebot ist zugelassenen Ausstellern der Interzoo 2020 vorbehalten! Änderungen vorbehalten!**

**Im Paket buchen & bis zu 38% sparen!**

**Wählen Sie 2 oder 3 Werbemaßnahmen aus den nachstehenden Möglichkeiten zum Paketpreis.**

	2 aus 7	3 aus 7	
<b>PRINT</b>			
<b>1 Firmen- oder Markenlogo im Messekatalog</b> 4-farbig, im separaten Marken- / Firmenlogoverzeichnis, Auflage: 6.500 Stück	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>2 Anzeige im Messekatalog</b> 1/1-Seite, 4-farbig, Auflage: 6.500 Stück	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>ONLINE</b>			
<b>3 Banner auf interzoo.com – Unterseiten</b> Banner auf allen Unterseiten, mit Ihrer Internetseite verlinkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>4 Firmen- oder Markenlogo auf dem jeweiligen Hallenplan in der Aussteller- &amp; Produktdatenbank</b> Logoanzeige auf dem jeweiligen Hallenplan, mit Ihrem Firmeneintrag verlinkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>VOR ORT</b>			
<b>5 BannerUp</b> (BxH) 1 x 1,96 m, 4-farbig, an zugelassenen Stellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>6 LeuchtPylon</b> (BxH) ca. 0,52 x 1,99 m, 4-farbig, an zugelassenen Stellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>7 LightBox</b> (BxH) 1,50 x 2,50 m, 4-farbig, an zugelassenen Stellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<b>2.450</b>	<b>3.120</b>	

**Paketpreise in EUR**  
Alle genannten Preise (wenn nicht anders gekennzeichnet) zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer, sofern die Leistung in Deutschland steuerbar ist.

Hinweis: Alle Leistungen auch einzeln buchbar: [www.interzoo.com/pakete](http://www.interzoo.com/pakete)

\_\_\_\_\_  
Aussteller / Auftraggeber

\_\_\_\_\_  
Ansprechpartner für Rückfragen

\_\_\_\_\_  
Tel

\_\_\_\_\_  
E-Mail

Die beiliegenden Allgemeinen und Besonderen Geschäftsbedingungen für Messemarketing und die bereits übersandten Besonderen und Allgemeinen Teilnahmebedingungen der Interzoo 2020 erkennen wir in allen Punkten an. Die technischen Hinweise zur Erstellung der Daten haben wir zur Kenntnis genommen.

\_\_\_\_\_  
Ort und Datum

\_\_\_\_\_  
Firmenstempel und rechtsverbindliche Unterschrift des Ausstellers

ZUR ÜBERSICHT

PRINT

ONLINE

VOR ORT

TECHNISCHE HINWEISE

AGB

DRUCKEN



Nutzen Sie das Messemarketing der Interzoo 2020 und rücken Sie Ihr Unternehmen in den Fokus der Fachbesucher. Interessante Möglichkeiten, die verschiedene Kanäle bedienen (Print-, Online- und Vor Ort-Werbung), stehen zur Auswahl. Machen Sie auf sich aufmerksam!

**Dieses Angebot ist zugelassenen Ausstellern der Interzoo 2020 vorbehalten! Änderungen vorbehalten!**

## Rücksendetermin: umgehend

### Bitte zurück an

NürnbergMesse GmbH  
MesseService Interzoo  
Team Marketing  
T +49 9 11 86 06-80 30  
F +49 9 11 86 06-12 80 30

**Druckunterlagen** senden Sie bitte per E-Mail an:  
marketing-messeservice@nuernbergmesse.de

ZUR ÜBERSICHT

PRINT

ONLINE

VOR ORT

TECHNISCHE HINWEISE

AGB

DRUCKEN

## PRINT

1. Firmen- oder Markenlogo im Messekatalog  
EUR 330

2. Anzeige im Messekatalog  
EUR 1.400

## ONLINE

3. Banner auf interzoo.com – Unterseiten  
EUR 1.250

4. Firmen- oder Markenlogo auf dem jeweiligen Hallenplan in der Aussteller- & Produktdatenbank  
EUR 420

## VOR ORT

5. BannerUp  
EUR 1.250

6. LeuchtPylon  
EUR 1.050

7. LightBox  
EUR 1.650

Hinweis: Die genannten Vor Ort-Möglichkeiten stehen nur in begrenzter Menge zur Verfügung und sind auf maximal fünf Stück je Aussteller limitiert.

Alle genannten Preise (wenn nicht anders gekennzeichnet) zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer, sofern die Leistung in Deutschland steuerbar ist.

\_\_\_\_\_  
Aussteller / Auftraggeber

\_\_\_\_\_  
Ansprechpartner für Rückfragen

\_\_\_\_\_  
Tel

\_\_\_\_\_  
E-Mail

Die beiliegenden Allgemeinen und Besonderen Geschäftsbedingungen für Messemarketing und die bereits übersandten Besonderen und Allgemeinen Teilnahmebedingungen der Interzoo 2020 erkennen wir in allen Punkten an. Die technischen Hinweise zur Erstellung der Daten haben wir zur Kenntnis genommen.

\_\_\_\_\_  
Ort und Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift des Ausstellers



## PRINT-WERBEMÖGLICHKEITEN

Gemäß den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing“  
und den „Besonderen Geschäftsbedingungen für Print-Werbemöglichkeiten“

Zu den Technischen  
Hinweisen 

ZUR ÜBERSICHT

### 1 Firmen- oder Markenlogo im Messekatalog

EUR 330

#### Garantiert gesehen werden!

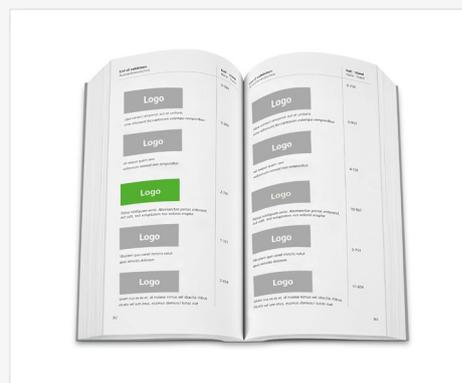
Platzieren Sie Ihr farbiges Logo im Messekatalog und erleichtern Sie dem Fachbesucher die Suche.

#### Maximale

**Logogröße (BxH)** 50 x 20 mm

**Platzierung** im separaten Marken- / Firmenlogoverzeichnis

**Datentyp** Druck-PDF oder EPS



PRINT

ONLINE

### 2 Anzeige im Messekatalog

EUR 1.400

**Zeigen Sie Präsenz im Nachschlagewerk der Branche –  
mit Ihrer Anzeige im Messekatalog.**

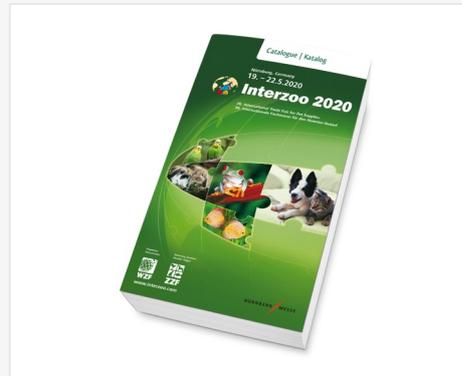
**Anzeigen-  
format (BxH)** 115 x 210 mm

**Beschnitt** 3 mm an allen Seiten. Bitte beachten Sie, dass alle Texte  
min. 10 mm von der Beschnittkante untergebracht sein müssen.

**Platzierung** nach Möglichkeit bei Ihrem Eintrag im Ausstellerverzeichnis

**Umschlags- und Vorzugsseiten buchen Sie bitte im  
Exklusiv-Marketing! [www.interzoo.com/exklusiv](http://www.interzoo.com/exklusiv)**

**Datentyp** Druck-PDF



VOR ORT

TECHNISCHE HINWEISE

AGB

DRUCKEN



## ONLINE-WERBEMÖGLICHKEITEN

Gemäß den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing“  
und den „Besonderen Geschäftsbedingungen für Online-Werbemöglichkeiten“

Zu den Technischen  
Hinweisen

ZUR ÜBERSICHT

### 3 Banner auf interzoo.com – Unterseiten

EUR 1.250

**Nutzen Sie die Messeseiten für Ihre erfolgreiche Online-Kommunikation.**

Seien Sie bereits vor Messestart präsent – mit Ihrem individuellen Banner auf allen Unterseiten der Interzoo-Homepage.

- Bannergröße** 120 x 60 Pixel
- Buchungsplätze** 18 Plätze, max. sechs Banner sichtbar.  
Die Banner werden per Zufall geladen.  
Eine gerechte Verteilung ist technisch sichergestellt.
- Laufzeit** bis ca. 1 Monat nach der Messe
- Sprachvarianten** Anlieferung in deutscher, englischer oder in sprachneutraler Ausführung.
- Bildformat** GIF oder JPG (Max. Größe: 20 KB)



PRINT

ONLINE

### 4 Firmen- oder Markenlogo auf dem jeweiligen Hallenplan der Aussteller- & Produktdatenbank

EUR 420

**Garantiert gesehen werden!**

Ihr Firmen- oder Markenlogo wird auf dem jeweiligen Hallenplan der Aussteller- & Produktdatenbank abgebildet und ist mit Ihrem Firmenprofil verlinkt.

- Logogröße** max. 130 x 70 Pixel
- Buchungsplätze** max. 7 Plätze je Hallenplan
- Laufzeit** bis min. 3 Monate nach der Messe
- Bildformat** JPEG oder PNG
- Auflösung** 72 oder 96 dpi
- Farbe** RGB



VOR ORT

TECHNISCHE HINWEISE

AGB

DRUCKEN



## VOR ORT-WERBEMÖGLICHKEITEN

Gemäß den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing“  
und den „Besonderen Geschäftsbedingungen für Vor Ort-Werbemöglichkeiten“

[Zu den Technischen Hinweisen](#)

ZUR ÜBERSICHT

### 5 BannerUp

EUR 1.250

**Lotsen Sie die Fachbesucher gezielt zu Ihrem Stand – mit Ihrem individuellen BannerUp!**

- Endformat (BxH)** 1 x 1,96 m
- Brutto-Druckmaß (BxH)** 1 x 2,26 m (nicht sichtbarer Bereich befindet sich unten)
- Beschnitt** 10 mm an allen Seiten
- Platzierung** Erfolgt nach Auftragseingang
- Datentyp** Druck-PDF
- Buchungsplätze** Anzahl begrenzt



PRINT

ONLINE

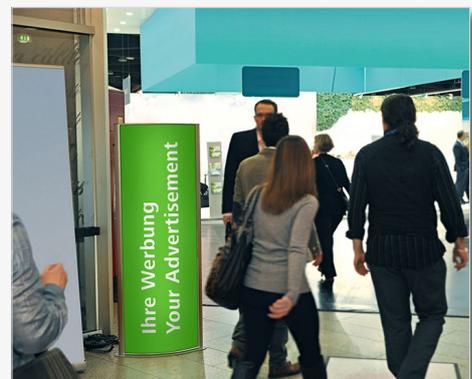
### 6 LeuchtPylon – inkl. Produktion

EUR 1.050

**Öffnen Sie den Fachbesuchern die Augen!**

Klein aber fein – der LeuchtPylon, dessen Beliebtheitsgrad nicht nur wegen der Beleuchtung sondern auch wegen seiner Platzierungsmöglichkeiten steigt. Fangen Sie die Blicke der Fachbesucher!

**Format (BxH)** ca. 0,52 x 1,99 m



VOR ORT

TECHNISCHE HINWEISE

### 7 LightBox

EUR 1.650

**Sprechen Sie mit den Fachbesuchern – the more you tell, the more you sell!**

Präsentieren Sie sich mit einer gut platzierten LightBox an zentralen Orten des Messegeländes mit hohem Besucheraufkommen – von Eingangsbereichen bis hin zu Übergängen!

**Format (BxH)** 1,50 x 2,50 m



AGB

DRUCKEN



## TECHNISCHE HINWEISE ZUR ERSTELLUNG VON DATEN

Gemäß den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing“  
und den „Besonderen Geschäftsbedingungen für Online-, Print- und  
Vor Ort-Werbemöglichkeiten“

ZUR ÜBERSICHT

PRINT

ONLINE

VOR ORT

TECHNISCHE HINWEISE

AGB

DRUCKEN

### Messekatalog

<b>Katalog- format (BxH)</b>	115 x 210 mm
<b>Anschnitt</b>	121 x 216 mm (alle Texte müssen mindestens 10 mm von der Beschnittkante untergebracht werden)
<b>Satzspiegel</b>	95 x 180 mm
<b>Auflage</b>	6.500 Stück
<b>Auflösung</b>	300 dpi
<b>Schriften</b>	In Zeichenwege umwandeln. Gilt für PDF: Print-/Screen-Font einbetten
<b>Farbe</b>	CMYK (nach Euroskala). Preisaufläge für Sonderfarben.

### Online Banner

<b>Buchungsplätze</b>	Bitte beachten Sie, dass Banner nicht auf mobilen Endgeräten dargestellt werden können.
<b>Bild</b>	Statische und animierte GIF-Dateien möglich. Verlinkung mit Datenanlieferung übermitteln. Animierte GIF-Dateien mit max. drei Loops.
<b>Farbe</b>	RGB

### Vor Ort-Möglichkeiten

<b>Auflösung</b>	300 dpi
<b>Schriften</b>	In Zeichenwege umwandeln und Print- und Screen-Font mitspeichern
<b>Farbe</b>	CMYK (nach Euroskala). Keine Verwendung von Sonderfarben.

# Geschäftsbedingungen für Messemarketing

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Messemarketing

### 1. Geltungsbereich

Die Geschäftsbedingungen für Messemarketing gelten ausschließlich; entgegenstehende oder von diesen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Ausstellers (nachfolgend: Auftraggeber) werden nicht anerkannt, es sei denn, der Veranstalter hätte ausdrücklich schriftlich ihrer Geltung zugestimmt. Die Geschäftsbedingungen gelten auch dann, wenn der Veranstalter in Kenntnis entgegenstehender oder von den Geschäftsbedingungen abweichender Bedingungen des Auftraggebers den Marketingauftrag vorbehaltlos ausführt.

### 2. Vertragsbestandteile

Vertragsbestandteile des Vertrages des Veranstalters mit dem Auftraggeber über Werbemaßnahmen sind in der nachfolgenden Reihen- und Rangfolge:

- Das jeweilige Bestellformular samt Produktbeschreibungen
- Die hiernach abgedruckten jeweiligen Besonderen Geschäftsbedingungen für die Online, Print und Vor Ort-Werbemöglichkeiten sowie diejenigen für Einträge und Anzeigen in Messekatalog und Messebegleiter
- Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing
- Die Besonderen Teilnahmebedingungen der Fachmesse
- Die Allgemeinen Teilnahmebedingungen für Messen und Ausstellungen der NürnbergMesse GmbH.

### 3. Vertragsschluss

Der Auftraggeber gibt mit der Bestellung von Werbemaßnahmen ein verbindliches Angebot ab. Bestellungen werden von der NürnbergMesse im Auftrag und für Rechnung des Veranstalters nur schriftlich auf dem offiziellen Bestellvordruck oder über Bestellung im OnlineServiceCenter entgegengenommen. Der Vertrag zwischen Veranstalter und Auftraggeber kommt erst mit der Annahme dieses Angebots durch Zusendung einer Auftragsbestätigung durch NürnbergMesse im Auftrag und für Rechnung des Veranstalters zu Stande. Die Mindestbestellmenge muss bei der Bestellung berücksichtigt werden.

**Werbeflächen oder Platzierungen werden in der Reihenfolge des Eingangs der schriftlichen Bestellungen vergeben.** Ist die bestellte Werbefläche oder Platzierung bereits belegt, wird dem Auftraggeber nach dem Ermessen des Veranstalters die nächstmögliche freie Werbefläche oder Platzierung zugeteilt. Der Auftraggeber ist hiermit ausdrücklich einverstanden. Der Veranstalter darf zur Erbringung der vereinbarten Leistungen Fremdfirmen bzw. Subunternehmer einsetzen. Sofern nichts anderes vereinbart ist, erfolgt die Beauftragung von Dritten im Namen und für Rechnung des Veranstalters.

### 4. Preise, Zahlungsbedingungen

(1) Anwendung finden die im aktuellen Bestellformular angegebenen Preise. Wenn nichts anderes vereinbart wurde, verstehen sich die vom Veranstalter angegebenen Preise in Euro ohne gesetzliche Mehrwertsteuer. Die Rechnungsstellung erfolgt durch die NürnbergMesse GmbH im Namen und im Auftrag des Veranstalters. Die Rechnungen sind sofort mit Zugang der Rechnung ohne Abzug zur Zahlung fällig.

Der Veranstalter kann auch nach Vertragsschluss die Preise nach billigem Ermessen ändern. Im Falle einer Preiserhöhung kann der Auftraggeber innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung kündigen. Die Zahlungspflicht bezüglich bereits erbrachter Leistungen des Veranstalters bleibt hiervon unberührt.

### 5. Zahlungsverzug

- (1) Der Veranstalter behält sich vor, bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur vollständigen Zahlung zurückzustellen und für die restliche Leistungserbringung Vorauszahlung zu verlangen.
- (2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Veranstalter, auch während der Laufzeit des Vertrages, die weitere Leistungserbringung ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

### 6. Termine für Druckunterlagen und Daten

Die Termine für die Zusendung der Druckunterlagen bzw. sonstiger Daten sind den jeweiligen Bestellvordrucken bzw. Auftragsbestätigungen zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung der Druckunterlagen bzw. Daten

ist der Auftraggeber verantwortlich. Erfolgt die Lieferung nicht termingerecht, kann der Veranstalter den Werbeauftrag ablehnen. Der Veranstalter haftet für die termin- und qualitätsgerechte Ausführung nur, wenn der Auftraggeber seine vertraglichen Verpflichtungen, insbesondere der zur rechtzeitigen Bereitstellung von Unterlagen und Daten, ordnungsgemäß nachgekommen ist.

### 7. Verantwortung für die Inhalte

Für den Inhalt der Werbung und daraus entstehende Schäden ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für das Werbemittel zur Verfügung gestellten Bild und Textunterlagen. Der Auftraggeber übernimmt die Gewähr dafür, dass durch die von ihm beauftragte und nach den von ihm vorgegebenen Daten und Unterlagen ausgeführten Werbemaßnahmen keine Schutzrechte Dritter verletzt werden. Der Auftraggeber ist zur unverzüglichen Information des Veranstalters verpflichtet, wenn er eine Rechtsverletzung Dritter erkennt oder ihm diesbezügliche Anhaltspunkte vorliegen.

Der Veranstalter ist nicht verpflichtet nachzuprüfen, ob die vom Auftraggeber zur Leistungserbringung ausgehändigten Daten oder Unterlagen Schutzrechte Dritter verletzen oder verletzen können. Die Freiheit von Ansprüchen Dritter wird vom Veranstalter daher nicht gewährleistet, soweit nicht vom Veranstalter selbst bereitgestellte Daten oder Unterlagen betroffen sind.

### 8. Ablehnungsbefugnis

Der Veranstalter behält sich vor, Werbeaufträge auch nach Vertragsschluss wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Gründen abzulehnen bzw. die Werbemaßnahme zu beenden, wenn

- deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Veranstalters gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt gegen die guten Sitten verstößt oder vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Veranstalter unzumutbar ist.

Dabei berücksichtigt der Veranstalter neben dem inhaltlichen auch das optische Gesamterscheinungsbild der Werbemaßnahmen unter qualitativen und ästhetischen Gesichtspunkten. Die Ablehnung eines Werbeauftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Bei Online-Werbemöglichkeiten gilt die Ablehnungsbefugnis auch, wenn die Anzeige mit einem Link versehen ist, der auf Internetseiten verweist, welche obigen Voraussetzungen erfüllen. Die Ablehnung eines Werbeauftrags aus den obigen Gründen lässt den Vergütungsanspruch des Veranstalters für bereits erbrachte Leistungen unberührt. Der Veranstalter behält sich die Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen vor.

### 9. Freistellungsanspruch

Der Auftraggeber ist bei Verletzung der ihm nach den Nr. 7 und 8 obliegenden Pflichten verpflichtet, den Veranstalter von allen etwaigen Schadensersatzansprüchen Dritter sofort freizustellen und für alle Schäden, die aus der Verletzung von Schutzrechten erwachsen, aufzukommen und, soweit vom Veranstalter verlangt, Vorschusszahlungen zu leisten.

Die Freistellungsverpflichtung umfasst insbesondere auch die Verpflichtung, den Veranstalter von notwendigen Rechtsverteidigungskosten freizustellen. Der Auftraggeber verpflichtet sich, den Veranstalter bestmöglich mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegen Dritte zu unterstützen.

### 10. Haftung

(1) Es findet Nr. 19 der Allgemeinen Teilnahmebedingungen für Messen und Ausstellungen entsprechende Anwendung.

Der Veranstalter haftet für Datenverlust nur beschränkt auf den typischen Wiederherstellungsaufwand, der bei regelmäßiger und gefahrenentsprechender Anfertigung von Sicherungskopien durch den Auftraggeber eingetreten wäre.

(2) Der Veranstalter haftet auf Schadensersatz in vollem Umfang nach den gesetzlichen Vorschriften im Fall von vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzungen, der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, bei einer Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz, und soweit der Veranstalter eine Beschaffenheitsgarantie übernommen hat.

(3) Über die in Absatz (2) genannten Fälle hinaus haftet der Veranstalter nur bei fahrlässiger Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. Die Haftung des Veranstalters ist in diesem Fall allerdings beschränkt auf den typischen, vorhersehbaren Schaden.

(4) „Wesentliche Vertragsverpflichtungen“ sind solche Verpflichtungen, die

# Geschäftsbedingungen für Messemarketing

(Fortsetzung)

vertragswesentliche Positionen des Auftraggebers schützen, die ihm der Vertrag nach seinem Inhalt und Zweck gerade zu gewähren hat; wesentlich sind ferner solche Vertragspflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut und vertrauen darf.

(5) Eine weitergehende Haftung ist ausgeschlossen.

## 11. Unvorhergesehene Ereignisse

Kann der Veranstalter auf Grund höherer Gewalt, Arbeitsk Kampfmaßnahmen oder durch sonstige Umstände, die er nicht zu vertreten hat, eine Werbemaßnahme nicht ausführen, so hat er den Auftraggeber unverzüglich hiervon zu unterrichten.

Der Veranstalter wird in diesen Fällen von der Verpflichtung zur Erfüllung des Auftrages und Leistung von Schadensersatz insoweit frei. Grundsätzlich entfällt insoweit der Anspruch auf die Vergütung, jedoch kann der Veranstalter vom Auftraggeber bei ihr in Auftrag gegebene Arbeiten in Höhe der entstandenen Aufwendungen in Rechnung stellen, soweit das Ergebnis der Arbeiten für den Auftraggeber noch von Interesse ist. Der Vertrag bleibt bzgl. der übrigen bestellten Werbeleistungen wirksam. Soweit dies möglich ist, wird die Werbemaßnahme jedoch vom Veranstalter nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener Frist nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch bestehen.

## 12. Stornierung von Aufträgen

(1) Die Stornierung eines Werbeauftrages muss schriftlich erfolgen.

(2) Wird die Bestellung von Werbeleistungen durch den Auftraggeber storniert ist der Veranstalter berechtigt eine Stornogebühr gemäß nachfolgender Staffelung zu berechnen:

- ab Zugang der Buchungsbestätigung bis 120 Tage vor Veranstaltungsbeginn 25 % des Bestellwertes der gebuchten Leistung oder Ersatz der vom Veranstalter bereits erbrachten Leistungen
- ab 120 Tage bis Veranstaltungsbeginn 100 % des Bestellwertes der gebuchten Leistung.

## 13. Rücktritt und Rückabwicklung

(1) Wenn der Auftraggeber wegen einer oder mehreren Werbeleistungen vom Vertrag zurücktritt (Rückgängigmachung des Auftrags) bleibt der Vertrag bzgl. der übrigen Werbeleistungen wirksam.

(2) Sollte der Veranstalter zum Zeitpunkt des Wunsches des Auftraggebers, den Auftrag rückgängig zu machen, bereits Werbeleistungen erbracht haben, die er vernünftigerweise erbringen durfte, so bleibt der Vergütungsanspruch des Veranstalters für die bereits erbrachten Leistungen vom Rücktritt des Auftraggebers unberührt.

## 14. Mängelrügen

Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Leistungen des Veranstalters unverzüglich zu prüfen und Mängel unverzüglich zu rügen. Zeigt sich trotz sorgfältiger Prüfung ein Mangel erst später, so ist dieser unverzüglich nach Kenntniserlangung zu rügen. In jedem Fall müssen Mängelrügen bei erkennbaren Mängeln spätestens sieben Tage nach Beendigung der Veranstaltung bzw. bei Online-Werbemaßnahmen sieben Tage nach Beendigung der Schaltung dem Veranstalter zugegangen sein.

Mängelrügen haben schriftlich zu erfolgen.

Erfolgt die Mängelrüge verspätet, erlöschen Gewährleistungsansprüche gänzlich. Das Gleiche gilt, wenn der Mangel auf Änderungen beruht, die der Auftraggeber selbst vorgenommen hat, oder der Auftraggeber dem Veranstalter die Feststellung der Mängel erschwert. Im Übrigen gelten die Besonderen Geschäftsbedingungen der jeweiligen Werbemöglichkeiten.

## 15. Datenschutzhinweis

(1) Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

(2) Personenbezogene Daten werden vom Veranstalter und gegebenenfalls von ServicePartnern unter Beachtung der Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes sowie weiterer einschlägiger Datenschutzvorschriften zur Betreuung und Information von Kunden und Interessenten sowie zur Abwicklung der angebotenen Dienstleistungen erhoben, verarbeitet und genutzt.

## 16. Einwilligung in Datennutzung

Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass seine mit der Bestellung übermittelten Daten (Firmenname, Anschrift, Telefon-/Faxnummer und E-Mail-Adresse) vom Veranstalter und gegebenenfalls von ServicePartnern

veranstaltungsbezogen und zu Informationszwecken (Werbung) gespeichert, verarbeitet und genutzt werden. Die Einwilligung kann jederzeit gegenüber dem Veranstalter widerrufen werden, ohne dass hierfür gesonderte Kosten neben den üblichen Übermittlungskosten nach den Basistarifen anfallen.

## 17. Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr

Bedient sich der Auftraggeber zum Zwecke der Erteilung eines Werbeauftrags oder des Abschlusses eines sonstigen Dienstleistungsvertrags des OnlineShops, so hat der Veranstalter lediglich sicher zu stellen, dass der Auftraggeber die AGB bei Vertragsschluss abrufen und in wiedergabefähiger Form speichern kann. Weitergehende Pflichten des Veranstalters sind ausgeschlossen.

## 18. Erfüllungsort und Gerichtsstand

(1) Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Verpflichtungen, die sich aus dem Vertragsverhältnis über Marketingmaßnahmen ergeben, ist Nürnberg, sofern der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist oder keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat.

(2) Es gilt ausschließlich deutsches Recht und der deutsche Text der jeweiligen Geschäftsbedingungen. Die Bestimmungen des UN-Kaufrechts finden keine Anwendung.

## 19. Salvatorische Klausel

Sollte eine Bestimmung in diesen Vertragsbedingungen oder eine Bestimmung im Rahmen sonstiger Vereinbarungen unwirksam sein oder werden so wird hiervon die Wirksamkeit aller sonstigen Bestimmungen oder Vereinbarungen sowie das Vertragsverhältnis zwischen den Parteien im Übrigen nicht berührt. In diesem Fall wird der Auftraggeber zusammen mit dem Veranstalter die unwirksame Bestimmung durch eine wirksame ersetzen, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.

## Besondere Geschäftsbedingungen für Online-Werbemöglichkeiten

### 1. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, dem Veranstalter dem vereinbarten Format und den vereinbarten technischen Vorgaben entsprechende Daten spätestens fünf Tage vor Schaltungsbeginn auf elektronischem Wege zur Verfügung zu stellen.

(2) Der Veranstalter behält sich vor, Banner oder Logoanzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, abzulehnen bzw. vom Auftraggeber zu verlangen, die Anzeigen bzw. Banner so abzuändern, dass sie als Werbung deutlich erkennbar sind.

(3) Die Verpflichtung des Veranstalters zur Aufbewahrung elektronisch übermittelter Daten endet drei Monate nach dem vereinbarten Schaltungsende.

(4) Etwaige entstehende Mehrkosten für vom Auftraggeber nach der Übermittlung der Daten gewünschte Änderungen an Art und Darstellung der Anzeige oder des Banners hat der Auftraggeber zu tragen. Dies gilt auch dann, wenn Änderungen an Art und Darstellung der Anzeige oder des Banners aus rechtlichen Gründen erforderlich werden.

### 2. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle Rechte besitzt, die zu einer Veröffentlichung der Anzeige oder des Werbebanners im Internet notwendig sind.

(2) Der Auftraggeber überträgt dem Veranstalter sämtliche für die vertraglich geschuldete Darstellung der Anzeige oder des Werbebanners auf den Seiten des Veranstalters erforderlichen Nutzungsrechte.

### 3. Gewährleistung

(1) Der Veranstalter gewährleistet eine dem üblichen technischen Standard entsprechende Wiedergabe der Anzeige bzw. des Werbebanners während der vereinbarten Zeit. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler.

(2) Bei einem Ausfall der Darstellung über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(3) Ist die Anzeige bzw. der Banner mangelhaft, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige bzw.

# Geschäftsbedingungen für Messemarketing

(Fortsetzung)

des Banners beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber unter den gesetzlichen Voraussetzungen ein Recht auf Zahlungsminderung oder bei erheblichen Mängeln ein Recht auf Rückgängigmachung des Auftrags.

(4) Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Veranstalter nicht zu vertreten hat, etwa aufgrund höherer Gewalt oder Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten, Netzbetreibern oder Leistungsanbietern, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Veranstalters bestehen.

(5) Weitere Gewährleistungsansprüche sind unbeschadet der Nr. 10 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing ausgeschlossen. Auf Nr. 14 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing wird hingewiesen.

Die Verjährungsfrist für sämtliche Gewährleistungsansprüche beträgt ein Jahr. Sie beginnt mit dem vereinbarten Ende der Schaltung.

## Besondere Geschäftsbedingungen für Print-Werbemöglichkeiten

### 1. Rücksendetermin

(1) Liegt zum jeweiligen Zu- bzw. Rücksendetermin nach Maßgabe der Nr. 6 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing keine Druckvorlage für die Anzeige oder das Firmenlogo im Messekatalog vor, kann der Veranstalter nicht termingerecht eingehende Druckvorlagen für Katalogeinträge kostenpflichtig in den Nachtrag des Katalogs aufnehmen.

(2) Bei einer Kündigung oder einer sonstigen Vertragsaufhebung nach dem in Abs. 1 genannten Termin, ist der Veranstalter gleichwohl berechtigt, die Anzeige bzw. das Firmenlogo im Messekatalog bzw. im Messebegleiter zu veröffentlichen. Im Übrigen gelten die Regelungen der Nr. 6 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing.

### 2. Qualität und Aufbewahrung der Druckunterlagen

Für die Überlassung einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Gegenstände, die zur Leistungserbringung durch den Veranstalter erforderlich sind, müssen vom Auftraggeber zum vereinbarten Termin frei Haus bzw. an den von dem Veranstalter genannten Ort angeliefert werden.

Der Veranstalter bewahrt die vom Auftraggeber überlassenen Unterlagen bzw. Daten für die Dauer von einem Monat nach Beendigung der Veranstaltung auf. Sofern der Auftraggeber Originalvorlagen oder digitale Daten zur Verfügung stellt, erstellt er zuvor für sich Duplikate bzw. Sicherungskopien.

Für Vorlagen des Auftraggebers, die nicht binnen eines Monats nach Beendigung der Veranstaltung zurückverlangt werden, übernimmt der Veranstalter keine Haftung. Sofern der Auftraggeber eine Rücklieferung der von ihm überlassenen Gegenstände verlangt, erfolgt diese unfrei auf Verwendungsort und auf die Gefahr des Auftraggebers.

Bei Farbdrucken ist ein Farbdruck beizufügen. Andernfalls wird keine Gewähr für eine ordnungsgemäße Farbwiedergabe übernommen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbevorlagen fordert der Veranstalter unverzüglich Ersatz an. Grafische Arbeiten sowie die Änderung von gestellten Daten bzw. das Anfertigen von FarbProofs werden gesondert berechnet. Wünscht der Auftraggeber nachträglich erhebliche Änderungen der ursprünglich vereinbarten Ausführungen, können die dadurch entstehenden Mehrkosten dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt werden.

Sind etwaige Mängel an den Werbevorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Bearbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Bearbeitung zu tragen. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe bei der Berechnung zugrunde gelegt.

### 3. Gewährleistung

Der Veranstalter gewährleistet für die Anzeigen im Messekatalog sowie für das Firmenlogo im Messekatalog bzw. im Messebegleiter die jeweils übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Der Veranstalter liefert auf Wunsch einen Vollbeleg (Print-Katalog, Messebegleiter).

Ist die Anzeige oder das Logo mangelhaft, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des Logos beeinträchtigt wurde. Weitere Gewährleistungs-

ansprüche sind unbeschadet der Nr. 10 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing ausgeschlossen.

Auf Nr. 14 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing wird hingewiesen.

Die Verjährungsfrist für sämtliche Gewährleistungsansprüche beträgt ein Jahr. Sie beginnt mit der Abnahme der Leistung bzw., wenn eine Abnahme wegen der Beschaffenheit der Leistung ausgeschlossen ist, nach Beendigung der Veranstaltung.

## Besondere Geschäftsbedingungen für Vor Ort-Werbemöglichkeiten

### 1. Außen- und Innenwerbung

(1) Vor Ort-Werbemöglichkeiten (nachfolgend: Außen- und Innenwerbung), soweit sie im Messezentrum außerhalb der angemieteten Standflächen erfolgen, sind kostenpflichtig. Sie sind im Messezentrum Nürnberg außerhalb der angemieteten Standflächen nur für angemeldete Auftraggeber der jeweiligen Veranstaltung zulässig, wenn der Auftraggeber zuvor eine schriftliche Auftragsbestätigung für die beabsichtigten Werbemaßnahmen von dem Veranstalter erhalten hat.

(2) Nicht genehmigte oder nicht zugelassene Außen- oder Innenwerbemaßnahmen außerhalb der eigens angemieteten Standflächen werden von dem Veranstalter oder deren Erfüllungsgehilfen auf Kosten des Auftraggebers entfernt und sichergestellt.

(3) Außenwerbung ist Auftraggeberwerbung in Form von Plakatwerbung in verschiedenen Größen sowie Beflaggungswerbung während der gebuchten Veranstaltung im Außengelände der NürnbergMesse GmbH.

(4) Innenwerbung ist Plakatwerbung sowie jegliche Art von Druck- und Multimediawerbung auf verschiedensten Werbeträgern und in verschiedenen Größen im Innenbereich des Messegeländes während der gebuchten Veranstaltung.

(5) Für jegliche Arten sonstiger Werbemaßnahmen auf dem Messegelände gelten diese Bestimmungen entsprechend.

### 2. Bestellungen/Vertragsschluss

(1) Der Auftraggeber gibt mit der Bestellung von Werbemaßnahmen ein verbindliches Angebot ab. Die Bestellung muss schriftlich erfolgen. Der Veranstalter nimmt ein solches Angebot durch Zusendung einer Auftragsbestätigung an.

(2) Alle Werbeflächen werden in der Reihenfolge des zeitlichen Eingangs der schriftlichen Bestellungen vergeben.

Die Mindestbestellmenge muss bei der Bestellung berücksichtigt werden.

(3) Der Auftraggeber hat keinen Anspruch auf eine bestimmte Werbefläche. Ist die bestellte Werbefläche daher bereits belegt, wird dem Auftraggeber nach dem Ermessen des Veranstalters die nächstmögliche freie Werbefläche zugeteilt. Der Auftraggeber ist hiermit ausdrücklich einverstanden.

(4) Nicht termingerecht eingehende Bestellungen für Werbeaufträge können von dem Veranstalter abgelehnt werden.

(5) Der Veranstalter darf zur Erbringung der vereinbarten Leistungen Fremdfirmen bzw. Subunternehmer einsetzen. Der Veranstalter wird hiermit primär die NürnbergMesse GmbH sowie seine so genannten Service- und Vertragspartner beauftragen. Der Auftraggeber kann dem nur aus wichtigem Grund widersprechen. Sofern nichts anderes vereinbart ist, erfolgt die Beauftragung von Dritten im Namen und für Rechnung des Veranstalters.

### 3. Preise, Zahlungsbedingungen, Zurückbehaltungsrecht

(1) Wenn nichts anderes vereinbart wurde, verstehen sich die von dem Veranstalter angegebenen Preise in Euro ohne gesetzliche Mehrwertsteuer.

(2) Besondere graphische Arbeiten sowie die Anfertigung von Filmen bei Vorlage von Reinzeichnungen werden gesondert berechnet. Wünscht der Auftraggeber nachträglich erhebliche Änderungen der ursprünglich vereinbarten Ausführungen, können die dadurch entstehenden Mehrkosten dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt werden.

(3) Die Rechnungsstellung erfolgt durch die NürnbergMesse GmbH im Namen und im Auftrag des Veranstalters. Die Rechnungen sind sofort mit Zugang der Rechnung ohne Abzug zur Zahlung fällig.

(4) Aufrechnungs- oder Zurückhaltungsrechte stehen dem Auftraggeber nur zu, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt sind oder von dem Veranstalter anerkannt wurden. Ein Zurückbehaltungsrecht besteht ferner nur, wenn der geltend gemachte Gegenanspruch auf demselben Vertragsverhältnis wie der Anspruch des Veranstalters beruht.

### 4. Termine

(1) Die Termine für die – durch den Auftraggeber zu veranlassende – Zusendung

# Geschäftsbedingungen für Messemarketing

(Fortsetzung)

der Druckunterlagen bzw. Plakate sind den jeweiligen Bestellschulden bzw. Auftragsbestätigungen zu entnehmen.

(2) Für die rechtzeitige Lieferung der Druckunterlagen bzw. Plakate ist der Auftraggeber verantwortlich.

(3) Der Veranstalter haftet für die termin- und qualitätsgerechte Ausführung nur, wenn der Auftraggeber seinen vertraglichen Verpflichtungen, insbesondere der zur rechtzeitigen Bereitstellung von Unterlagen, ordnungsgemäß nachgekommen ist.

(4) Der Veranstalter übernimmt keinerlei Garantie oder Risiko für die Beschaffung von für die Erstellung der Werbung erforderlichen Materialien oder Zutaten. Er hat insoweit nur Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit zu vertreten, sofern diese Einschränkung gesetzlich zulässig und eine Haftung nicht nach Maßgabe der folgenden Ziffern ausgeschlossen ist.

## 5. Verantwortung für die Inhalte

(1) Für den Inhalt der Werbung und daraus entstehende Schäden ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für das Werbemittel zur Verfügung gestellten Bild- und Textunterlagen. Der Auftraggeber übernimmt die Gewähr dafür, dass durch die von ihm beauftragte und nach den von ihm vorgegebenen Angaben und Unterlagen ausgeführten Außen- oder Innenwerbung keine Schutzrechte Dritter verletzt werden. Der Veranstalter ist nicht verpflichtet nachzuprüfen, ob die vom Auftraggeber zur Leistungserbringung ausgehändigten Angaben oder Unterlagen Schutzrechte Dritter verletzen oder verletzen können. Die Freiheit von Ansprüchen Dritter wird vom Veranstalter daher nicht gewährleistet, soweit nicht vom Veranstalter selbst bereitgestellte Angaben oder Unterlagen betroffen sind.

(2) Der Veranstalter behält sich vor, Werbeaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Gründen abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Veranstalters gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt. Die Ablehnung eines Werbeauftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Darüber hinaus behält sich der Veranstalter vor, Werbeaufträge wegen ihres Inhalts und optischen Gesamterscheinungsbildes auch unter qualitativen und ästhetischen Gesichtspunkten abzulehnen, dies insbesondere auch dann, wenn die Veröffentlichung für den Veranstalter unzumutbar ist. Auch diese Ablehnung eines Werbeauftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Eine Haftung des Veranstalters wegen eines abgelehnten Werbeauftrags besteht nicht.

(3) Das Gleiche gilt und berechtigt den Veranstalter zur unverzüglichen Stornierung eines Werbeauftrags gegenüber dem Auftraggeber, wenn der Veranstalter vom Inhalt und optischen Gesamterscheinungsbild der Werbung, ihrer Herkunft oder technischen Form erst nach Erteilung der Auftragsbestätigung Kenntnis erlangt. Für diesen Fall gelten Ziffern 12. (2) und Ziffer 13 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Messemarketing entsprechend.

(4) Der Auftraggeber ist bei Verletzung der ihm nach den Absätzen 1 bis 3 obliegenden Pflichten verpflichtet, den Veranstalter von allen etwaigen Schadensersatzansprüchen Dritter sofort freizustellen und für alle Schäden, die aus der Verletzung von Schutzrechten erwachsen, aufzukommen und, so weit vom Veranstalter verlangt, Vorschusszahlungen zu leisten.

## 6. Qualität/Übermittlung der Druckunterlagen

(1) Für die Überlassung einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Gegenstände, die zur Leistungserbringung durch den Veranstalter erforderlich sind, müssen vom Auftraggeber zum vereinbarten Termin frei Haus bzw. an den vom Veranstalter genannten Ort angeliefert werden. Sofern der Auftraggeber eine Rücklieferung der von ihm überlassenen Gegenstände verlangt, erfolgt diese unfrei ab Verwendungsort und auf die Gefahr des Auftraggebers.

(2) Der Veranstalter bewahrt die vom Auftraggeber überlassenen Unterlagen für die Dauer von einem Monat nach Beendigung der Veranstaltung auf. Sofern der Auftraggeber Originalvorlagen (Dias, Disketten usw.) zur Verfügung stellt, verpflichtet er sich, vorab Duplikate herzustellen. Für Vorlagen des Kunden, die nicht binnen eines Monats nach Beendigung der Veranstaltung zurückverlangt werden, übernimmt der Veranstalter keine Haftung.

(3) Bei Farbdrucken ist ein Farbdruck beizufügen. Andernfalls wird keine Gewähr für eine ordnungsgemäße Farbwiedergabe übernommen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbevorlagen fordert der Veranstalter unverzüglich Ersatz an. Der Veranstalter gewährleistet die für

Plakat- und Fahnenwerbung übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten.

(4) Sind etwaige Mängel an den Werbevorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Bearbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Bearbeitung zu tragen.

## 7. Aufbewahrung und Rückgabe von Werbemitteln

(1) Verlangt der Auftraggeber rechtzeitig die Rücklieferung der überlassenen Werbemittel, erfolgt die Rücklieferung unfrei ab Verwendungsort und auf die Gefahr des Auftraggebers.

(2) Bei aufeinander folgenden Veranstaltungen ist der Auftraggeber verpflichtet, die überlassenen Werbemittel auf eigene Kosten bis längstens 6 Uhr morgens des Tages zu entfernen, der auf das Ende der Veranstaltung folgt. Der Veranstalter wird den Auftraggeber rechtzeitig über das Vorliegen einer kollidierenden Veranstaltung informieren.

(3) Die Absätze 1 und 2 gelten für Werbemittel, die der Veranstalter für den Auftraggeber herstellt oder herstellen lässt, entsprechend.

## 8. Gewährleistung und Haftung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Leistungen des Veranstalters unverzüglich zu prüfen und Mängel unverzüglich zu rügen. Zeigt sich trotz sorgfältiger Prüfung ein Mangel erst später, so ist dieser unverzüglich nach Kenntniserlangung zu rügen.

(2) Sofern eine Mängelrüge berechtigt ist, leistet der Veranstalter nach seiner Wahl Ersatz oder beseitigt den Mangel. Soweit die Mangelbeseitigung fehlschlägt, kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten oder den Kaufpreis mindern. Die Mangelbeseitigung gilt nach dem erfolglosen zweiten Versuch als fehlgeschlagen, wenn sich nicht insbesondere aus der Art der Sache oder des Mangels oder den sonstigen Umständen etwas anderes ergibt.

(3) Daneben kann der Auftraggeber Schadensersatz statt der Leistung oder Ersatz der vergeblichen Aufwendungen nur dann verlangen, wenn dem Veranstalter oder ihren Erfüllungsgehilfen Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last fällt. Diese Einschränkung gilt nicht, soweit wegen Verletzung einer für die Erreichung des gesamten Vertragszwecks entscheidenden Verpflichtung gesetzlich zwingend gehaftet wird oder es um eine Haftung wegen einer Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit geht.

(4) Die Haftung des Veranstalters ist der Höhe nach begrenzt auf den vertragstypisch vorhersehbaren Schaden, soweit es nicht um eine vorsätzliche oder grob fahrlässige Schadensverursachung oder um eine Haftung wegen Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit geht.

(5) Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.

(6) Der Veranstalter trägt die zum Zweck der Nacherfüllung erforderlichen Aufwendungen, insbesondere Transport-, Wege-, Arbeits- und Materialkosten. Weitere Nebenkosten, die sich aus der Mängelrüge ergeben, übernimmt der Veranstalter nicht, insbesondere haftet er nicht für indirekte oder Folgeschäden oder Verluste, wie z.B. Ausfall von Einnahmen, Nutzungsausfall, Kapitalkosten oder entgangenen Gewinn.

(7) Gewährleistungsansprüche gegen den Veranstalter stehen nur unmittelbar dem Auftraggeber zu und sind nicht abtretbar.

(8) Erfolgt die Mängelrüge verspätet, erlöschen Gewährleistungsansprüche gänzlich. Das gleiche gilt, wenn der Auftraggeber selbst Änderungen vorgenommen hat oder vornimmt oder dem Veranstalter die Feststellung der Mängel unmöglich macht.

## 9. Verjährung

(1) Die Ansprüche des Auftraggebers auf Nacherfüllung, Schadensersatz, Aufwendungsersatz oder Minderung wegen eines Mangels verjähren innerhalb eines Jahres ab Abnahme der Leistung bzw., wenn eine Abnahme wegen der Beschaffenheit der Leistung ausgeschlossen ist, innerhalb eines Jahres nach Beendigung der Veranstaltung. Der Rücktritt ist nach Ablauf der Verjährungsfrist unwirksam.

(2) Ebenfalls innerhalb eines Jahres verjähren sonstige Ansprüche des Auftraggebers. Der Beginn der diesbezüglichen Verjährungsfrist richtet sich nach den gesetzlichen Regelungen.

# Geschäftsbedingungen für Messemarketing

## Besondere Geschäftsbedingungen für Einträge und Anzeigen in Messekatalog und Messebegleiter

### 1. Katalog- bzw. Messebegleiterinhalte, Anzeigekunden

Der Print-Katalog enthält ein alphabetisches Ausstellerverzeichnis, ein Warenverzeichnis und Anzeigen, gegebenenfalls auch ein alphabetisches Marken-/ Firmenlogoverzeichnis. Im Messebegleiter können ganzseitige Anzeigen geschaltet oder Logos in den Hallenplänen. Einträge in diese Verzeichnisse sowie Anzeigen sind nur für Aussteller möglich. Der Veranstalter ist berechtigt die vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Daten für die Aussteller- und Produktdatenbank im Internet zu verwenden.

### 2. Bestellvordrucke

Anzeigenaufträge sowie Aufträge für Messekatalog und Messebegleiter werden von dem Veranstalter nur schriftlich auf dem offiziellen Bestellvordruck (sofern vorhanden) oder über Bestellung im Online AusstellerShop entgegengenommen. Vorzugsseiten für Anzeigenaufträge werden in der Reihenfolge der schriftlichen Bestellungen vergeben.

### 3. Ein- bzw. Zusendetermine

(1) Die Einsendetermine für Katalogeinträge und Kataloganzeigen sowie für eine Aufnahme in den Messebegleiter sind den jeweiligen Vordrucken oder dem Online AusstellerShop zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes ist der Auftraggeber verantwortlich.

(2) Liegt bis zum jeweiligen Einsendetermin keine Bestellung vor, erfolgt nur der Katalogeintrag in das alphabetische Ausstellerverzeichnis auf Grund der Angaben in der Standanmeldung. Der Veranstalter kann nicht termingerecht eingehende Bestellungen für Katalogeinträge kostenpflichtig in den Nachtrag des Katalogs aufnehmen.

### 4. Verantwortung für die Inhalte

(1) Für den Inhalt, die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Bild- und Textunterlagen und evtl. daraus entstehende Schäden ist der Auftraggeber verantwortlich.

(2) Die Printkataloge, die Aussteller- und Produktdatenbank im Internet sowie der Messebegleiter werden von dem Veranstalter bearbeitet und herausgegeben.

(3) Der Veranstalter behält sich vor, Anzeigenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Veranstalters gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder deren Veröffentlichung für den Veranstalter unzumutbar ist. Die Ablehnung eines Anzeigenauftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

### 5. Qualität der Druckunterlagen

(1) Für die Überlassung einwandfreier Druckunterlagen (Print, Online) ist der Auftraggeber verantwortlich. Für Farbdrucke ist ein Farbandruck beizufügen. Andernfalls wird keine Gewähr für die ordnungsgemäße Farbwiedergabe übernommen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Veranstalter unverzüglich Ersatz an.

(2) Der Veranstalter gewährleistet die für Print-Kataloge übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Grafische Arbeiten sowie die auftraggeberseitig gewünschten Änderungen der zur Verfügung gestellten Daten bzw. das Anfertigen von Farb- Proofs werden gesondert berechnet. Auch erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen können dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt werden.

(3) Sind etwaige Mängel an gelieferten Druckunterlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe bei der Berechnung zugrunde gelegt.

### 6. Haftung

Der Veranstalter und seine Erfüllungsgehilfen wenden bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haften jedoch nicht, wenn sie vom Auftraggeber irreführt oder getäuscht werden. Für versehentlich nicht erfolgte Eintragungen, Druckfehler, fehlerhafte Ausführungen jeder Art usw. haften der Veranstalter und seine Erfüllungsgehilfen nur,

wenn dieser Mangel nachweisbar vorsätzlich oder grob fahrlässig verschuldet wurde.

### 7. Berechnung von Einträgen und Anzeigen

Die Preise für Einträge als Direktaussteller und als Mitaussteller werden gemäß den „Besonderen Teilnahmebedingungen“ der Fachmesse berechnet. Bei Aufträgen für den Messekatalog beinhalten diese Gebühren zusätzlich Einträge im Warenverzeichnis.

ZUR ÜBERSICHT

PRINT

ONLINE

VOR ORT

TECHNISCHE HINWEISE

AGB

DRUCKEN