

IM

Die Fachzeitschrift für Information Management und Consulting | Mediadaten 2010 | 25. Jahrgang | Anzeigenpreisliste Nr. 23



IM – Früher wissen, was passiert!

IM ist das anspruchsvolle Business-Magazin für die Professionals der IT-Branche. Wir geben unseren Autoren viel Raum: nirgendwo können Konzepte und Lösungen so ausführlich dargestellt werden wie in IM – und kaum ein Magazin wird deshalb auch so intensiv und konzentriert über einen längeren Zeitraum gelesen und archiviert.

Hochrangige Herausgeber und Autoren, eine moderne Optik und die hohe Kontaktquote in der Zielgruppe der Entscheider und Top-Verdiener öffnen Ihren Anzeigen ein klar fokussiertes Werbeumfeld – nicht nur für Produkte und Services aus dem IT-Sektor, sondern auch für Produkte und Dienstleistungen aus dem Konsumgüter- oder Business Customer-Bereich. Unsere Leser haben ein klares Profil: Sie haben überwiegend Leitungsfunktionen, treffen Investitionsentscheidungen, verfügen über ein deutlich überdurchschnittliches Einkommen und sind viel auf Reisen. Wenn Sie ohne große Streuverluste mit einem konsumstarken Zielpublikum kommunizieren wollen, ist IM – Information Management und Consulting Ihr ideales Medium.

IM bietet das optimale Werbeumfeld für:

B2B-Kommunikation

- Kongresse und Konferenzen
- Personaldienstleister und Recruiting
- Mietwagenfirmen und Mobility Services
- Beratungsleistungen
- Softwarelösungen
- Telekommunikationslösungen

B2C-Kommunikation

- Businesshotels, Designhotels, Restaurants
- Wellness, Sport und Freizeitgestaltung
- Design, Haus und Garten, Inneneinrichtung
- Luxusgüter, Mode, Reiseutensilien
- Finanz- und Bildungsdienstleistungen
- Unterhaltungselektronik

Themenplan und Profil

Schwerpunktt Themen 2010

- Heft 1/2010** Themen: **Sicherheit und Datenschutz
CRM – Prozesse optimieren und Mehrwerte schaffen**
Termine: Redaktionsschluss: 18. Januar 2010
Anzeigen/Druckunterlagenschluss: 5. Februar 2010
Erscheinungstermin: 26. Februar 2009
- Heft 2/2010** Themen: **IT Consulting
Business Process Management**
Termine: Redaktionsschluss: 23. April 2010
Anzeigen/Druckunterlagenschluss: 7. Mai 2010
Erscheinungstermin: 28. Mai 2010
- Heft 3/2010** Themen: **Perspektiven der Informatik
Wertbeitrag der IT**
Termine: Redaktionsschluss: 23. Juli 2010
Anzeigen/Druckunterlagenschluss: 6. August 2010
Erscheinungstermin: 27. August 2010
- Heft 4/2010** Themen: **Zukunft der Arbeit – Die neue Arbeitswelt
Grid und Cloud**
Termine: Redaktionsschluss: 25. Oktober 2010
Anzeigen/Druckunterlagenschluss: 12. November 2010
Erscheinungstermin: 3. Dezember 2010

Kurzprofil

Das Leitbild durchgängiger und tief integrierter Geschäftsprozesse, das in Deutschland vor allem Wirtschaftsinformatiker wie Prof. Dr. Dr. h. c. mult. August-Wilhelm Scheer vorangetrieben haben, bestimmt heute wesentlich die organisatorische und strategische Aufstellung von Unternehmen.

Die Fachzeitschrift IM – Information Management und Consulting untersucht die grundlegenden Beziehungen zwischen Unternehmenspraxis und Informationstechnik sowie den Einfluss von Informationstechniken auf die betriebswirtschaftlichen Fachdisziplinen.

Mit Blick auf Technik, Organisation, Personal und Consulting stellt die Fachzeitschrift IM exklusiv Konzepte, Methoden und Techniken für ein erfolgreiches Informationsmanagement vor. Hochkarätige Autoren aus Industrie, privater und öffentlicher Dienstleistung sowie aus dem Consulting schreiben für die IM. Dadurch erhalten Praktiker im Unternehmen, Lehrende und Lernende in der Wirtschaftsinformatik praxisorientierte und wissenschaftlich fundierte Impulse. In der Rubrik „Management und Consulting“ berichtet IM über Beratungs-Konzepte, -Methoden und -Strategien sowie seit Anfang 2005 über die Chancen und Risiken für das IT-Business in den nationalen europäischen Märkten

Herausgeber der IM, die seit 1986 erscheint, ist Prof. Dr. Dr. h.c. mult. A.-W. Scheer, Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender der IDS Scheer AG und der IMC AG.

Auf einen Blick...

Anzeigenkontakt

Telefon: +49 6 81 94 76-0
Fax: +49 6 81 94 76-530
eMail: info@im-c.de

Herausgeber und Redaktion

Prof. Dr. Dr. h. c. mult. August-Wilhelm Scheer (Herausgeber)

Dr. Wolfgang Kraemer (v.i.S.d.P.)
Ulrike Jungmann (Chefredaktion)
Wolf-Dietrich Lorenz (freier Journalist, Mitglied der Chefredaktion)

eMail: info@im-c.de

Verlag

imc information multimedia communication AG
Altenkesseler Straße 17 / D3, 66115 Saarbrücken
Vorstand: Dr. Wolfgang Kraemer (Vorstandsvorsitzender),
Frank Milius (Vorstand), Dr. Volker Zimmermann (Vorstand)
Amtsgericht Saarbrücken, HRB 13338, Ust. Id. DE 812 187 208

Bankverbindung

Deutsche Bank AG. Bankleitzahl 590 700 00, Kontonummer 2 545 440 02

Auflage

Verbreitete Auflage: 1.300
Verkaufte Auflage: 900
Abonnenten: 750
(Angaben bezogen auf Ausgabe 4, 4.Quartal 2006)




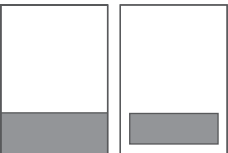

Erscheinungsweise

4x jährlich, Einzelheft 25 Euro, Abonnement 99 Euro,
Umfang durchschnittlich 104 Seiten
ggf. 1-2 Sonderausgaben zusätzlich

Datenübermittlung

Per Leonardo-ISDN an die Druckerei: (06831) 12 11 56
alternativ per E-Mail oder CD-ROM an den Verlag. Wir bitten darum, dass für jede
jeweils gebuchte Anzeige eine Ansichtsdatei (z.B. als PDF) an den Verlag geschickt
wird. Dies verringert die Gefahr z.B. des Abdrucks falscher Motive oder Versionen.

Preise und Formate

	Format	Höhe x Breite	s/w	2c	3c	4c	Umschlagseiten
	1/1 Seite	S 230 x 170 mm A 297 x 210 mm	1.400,-	1.550,-	1.700,-	1.850,-	+ 20% Zuschlag
	Doppelseite	A 297 x 420 mm	2.500,-	2.800,-	3.100,-	3400,-	
	1/2 Seite quer	S 115 x 170 mm A 148 x 210 mm	750,-	900,-	1.050,-	1.200,-	---
	1/3 Seite quer	S 77 x 170 mm A 99 x 210 mm	500,-	650,-	800,-	950,-	---
	1/4 Seite quer	S 60 x 170 mm A 74 x 210 mm	350,-	500,-	650,-	800,-	---
	1/2 Seite ¹⁾ hoch	S 230 x 85 mm A 297 x 105 mm	850,-	1.000,-	1.150,-	1.300,-	---

S = Satzspiegel, A = Anschnittformat; Beschnittzugabe zu jeder Seitenkante 4mm; Umschlagseiten nur Anschnittformat

¹⁾ Dieses Anzeigenformat wird nur im zweispaltigen Fachteil der IM angeboten

Preise verstehen sich zuzüglich der aktuell geltenden Mehrwertsteuer.

Preise und Formate

	Format	Höhe x Breite	s/w	2c	3c	4c	Umschlagseiten
	1/4 Seite ¹⁾ einspaltig	S 115 x 85 mm A 148 x 105mm	450,-	600,-	750,-	900,-	---
	2/3 Seite ²⁾ hoch	S 230 x 113 mm A 297 x 140 mm	1050,-	1.200,-	1.350,-	1.500,-	---
	1/3 Seite ²⁾ hoch	S 230 x 53 mm A 297 x 79 mm	650,-	800,-	950,-	1.100,-	---
	1/3 Seite ²⁾ zweispaltig	S 115 x 113 mm A 148 x 137 mm	650,-	800,-	950,-	1.100,-	---
	1/6 Seite ²⁾ einspaltig	S 115 x 53 mm A 148 x 79 mm	350,-	500,-	650,-	800,-	---

¹⁾ Dieses Anzeigenformat wird nur im zweispaltigen Fachteil der IM angeboten

²⁾ Dieses Anzeigenformat wird nur im dreispaltigen Magazinteil der IM angeboten

Beilagen und Druckunterlagen

Beilagen

Höchstformat 297 x 205 mm.

Preise pro 1000 Exemplare bis 25g Stückgewicht und max. 8 Seiten Umfang

Vollbeilagen Inland 750,- Euro + Postgebühren

Postgebühren: 0,04 Euro pro Stück

Schwerere und umfangreichere Beilagen auf Anfrage, Muster vor Auftragsannahme erforderlich

CD-ROM-Beilage

Nur in Kombination mit einer ganzseitigen Anzeige

CD-ROMs werden von Hand entweder eingeklebt oder gesondert in die Heftung integriert. Aufschlag für Zusatzarbeit: 400,- Euro je 1000 Expl. zzgl. ggf. Materialkosten.

Datenübermittlung

Per Leonardo-ISDN an die Druckerei Klein: (06831) 12 11 56;

Ansprechpartner: Frau Regine Klein oder Frau Speth

alternativ per E-Mail oder CD-ROM an den Verlag IMC AG. Wir bitten darum, dass für jede jeweils gebuchte Anzeige eine Ansichtsdatei (z.B. als PDF) an den Verlag geschickt wird. Dies verringert die Gefahr z.B. des Abdrucks falscher Motive oder Versionen.

Druckunterlagen

1. Filme bis 54er Raster

2. Adobe Acrobat PDF in Qualität „Druckvorlage“ (eine entsprechende Konfigurationsdatei für Adobe Acrobat kann auf Wunsch beim Verlag angefordert werden)

3. Verlustfreie Grafikdatei in Ausgabegröße bei min. 300 dpi Auflösung (z.B. EPS, TIFF, Freehand o.ä.)

Für die korrekte Verarbeitung ihrer Daten beachten Sie bitte:

- Bilder und Logos müssen im CMYK-Format angelegt werden
- Sämtliche Bilder und Schriften müssen gesondert beigelegt werden (außer bei PDF)
- Bei Daten, die aus Freehand oder Illustrator erzeugt werden, müssen die Schriften in Pfade umgewandelt werden
- Wenn Sie vor dem Druck einen Proof wünschen, werden Ihnen die Kosten dafür in Rechnung gestellt. Beachten Sie bitte, dass bei einem Proof die Druckunterlagen ca. eine Woche vor Druckunterlagenschluss vorliegen müssen
- Unter Windows erstellte Daten müssen Macintosh-kompatibel sein

Der Anzeigenkunde ist verantwortlich für die korrekte Einrichtung der Druckunterlagen. Ein Printabzug (Proof) der Anzeige liegt im Ermessen des Anzeigenkunden.

Rabatte und Aufschläge

Mehrfachbuchung

2 Anzeigen: 10%, 3 Anzeigen: 15%, 4 Anzeigen (ein Jahrgang): 20%

Ab der durchgehenden Buchung von mehr als einem IM-Jahrgang gewähren wir einen Rabatt von 33%. Bei nicht im Vorfeld bereits vereinbarter Mehrfachbuchung reduziert sich der Rabatt um die Hälfte und gilt nur für die jeweils laufende Anzeige.

Skonto

3% Skonto bei Zahlung der Anzeige vor Erscheinungstermin (bitte entsprechenden Vermerk bei Anzeigenauftrag ergänzen!)

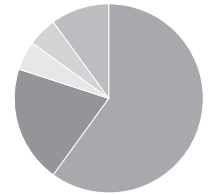
Platzierungswünsche

Bei speziellen Platzierungswünschen 10% Zuschlag auf den Netto-Anzeigenpreis.

Leserstruktur

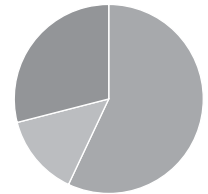
Leser nach Position

60%	Organisations-/Abteilungsleiter
20%	IT-Berater/Prozessberater
5%	Wissenschaftler/Studenten
5%	Top Management/Geschäftsführer
10%	IT-Manager/Projektleiter



Entscheider

57%	treffen Investitions- und Kaufentscheidungen (insb. Software, Dienstleistungen)
14%	beeinflussen Investitions- und Kaufentscheidungen
29%	haben keinen Einfluss auf Investitions- und Kaufentscheidungen



Reisetätigkeit

30%	10-30 Tage
35%	30-50 Tage
25%	50-100 Tage
10%	über 100 Tage



Leserstruktur

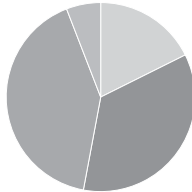
Kongresse/Konferenzen

35% häufig
35% manchmal
30% selten



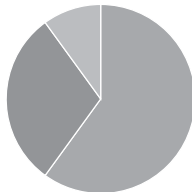
Monatliches Nettoeinkommen

15% unter 3.000 Euro
38% 3.000-5.000 Euro
42% 5.000-10.000 Euro
5% über 10.000 Euro

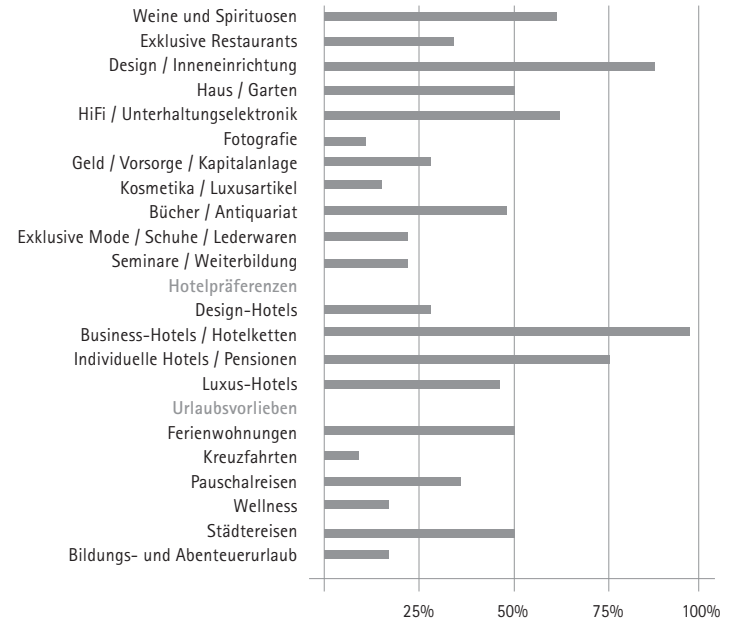


Lesedauer

60% aller Leser lesen 25-50% aller Artikel
30% aller Leser lesen 50-75% aller Artikel
10% aller Leser lesen annähernd 100% aller Artikel

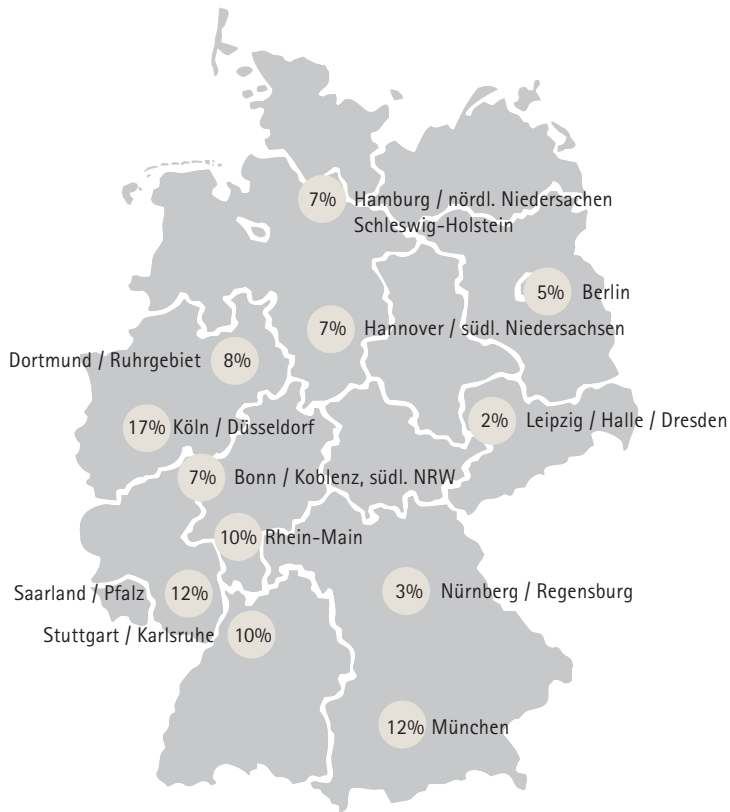


Interessen und Konsumverhalten



Quelle: Auswertung der Adressdatenbank und Leseranlyse 2003; durch die Vergrößerung der Empfängerdatei Anfang 2005 nach gezielten Selektionskriterien ergeben sich teilweise Unterschiede zur früheren Leserbefragung. Wir haben diese Unterschiede nur dort berücksichtigt, wo wir auf Basis vorliegender Daten zu eindeutigen Urteilen kommen konnten.

Leserstruktur



Angaben in % aller deutschen Leser; Prozentzahlen berücksichtigen nicht ausländische Leser

Auflage

Verbreitete Auflage: 1.300
Verkaufte Auflage: 900
Abonnenten: 750
(Angaben für Ausgabe 4, 4. Quartal 2006)

Verlag

IM - Information Management und Consulting
Im Verlag der
imc information multimedia communication AG
Altenkesseler Straße 17 / D3
66115 Saarbrücken
Vorstand: Dr. Wolfgang Kraemer (Vorstandsvorsitzender),
Frank Milius (Vorstand), Dr. Volker Zimmermann (Vorstand)
Amtsgericht Saarbrücken, HRB 13338, Ust. Id. DE 812 187 208

Bankverbindung

Deutsche Bank AG, Bankleitzahl 590 700 0, Kontonummer 2 545 440 02

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

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

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

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

6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort Anzeige deutlich kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignet oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag ihm eine hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungshelfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für die grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungshelfern; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlungen leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden 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 und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, 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. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

16. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 5.000 Exemplaren 20% beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Verlag zurücktreten konnte.

17. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwertung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. 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.