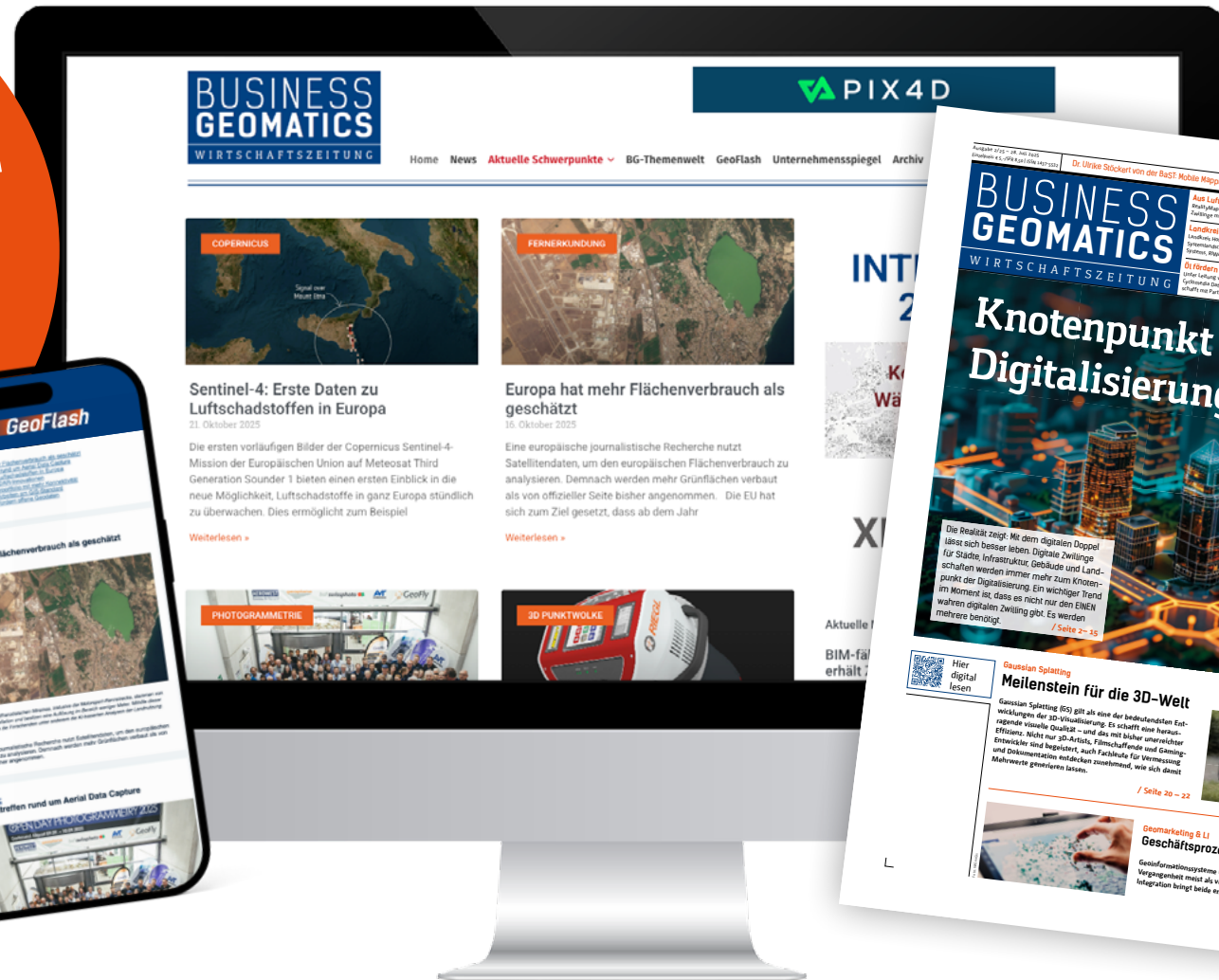


Die Nr. 1 Medienplattform  
der Geoinformations-  
wirtschaft



## Inhalt

Titelcharakteristik	2
Digitale Mehrwerte 2026	3
Erscheinungsfahrplan Digital/Print	4
Zielgruppen/Verbreitung	5
Werbeprodukte: Crossmedia Kampagnen	6
Werbeprodukte: Digital	7-8
Werbeprodukte: Print	9-12
Sonderdruck/Nutzungsrechte	13
Unser Credit-Modell	14
Technische Daten/ Digitale Druckunterlagen	15
Verlags-/Kontakt Daten	16
Allgemeine Geschäftsbedingungen	17-19

## Charakteristik

**BUSINESS GEOMATICS** ist seit 1999 die wichtigste und auflagenstärkste Fachplattform der Geoinformationswirtschaft im deutschsprachigen Bereich. Mit ihrer journalistischen, themenspezifischen Berichterstattung über sämtliche Technologie- und Anwendungsbereiche bildet sie neue Trends in der Geoinformatik kompakt ab. Damit verbindet sie Anwender, Innovatoren und Technologieexperten aus den verschiedensten Anwendungsmärkten der Geoinformatik.

## Leserschaft

Die **BUSINESS GEOMATICS** adressiert als Wirtschaftszeitung vorzugsweise die Entscheider des mittleren und gehobenen Managements, die Investitionen in raumbezogene IT-Systeme strategisch vorbereiten und verantwortlich in die Praxis umsetzen.

Kernzielgruppen sind Kommunen und Behörden, Ver- und Entsorgungswirtschaft, Bauwirtschaft, Handel, Banken und Versicherungen, Beratungs- und Ingenieurbüros, Industrie und Standortbetreiber, Land- und Forstwirtschaft sowie viele andere Fachanwendungsbereiche.

Die Printausgaben mit durchschnittlich rund 8.000 Exemplaren pro Ausgabe bei einem Leserkoeffizienten von mehr als 5 Lesern pro Exemplar erreicht durchschnittlich mehr als 40.000 Entscheider in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

# Business Geomatics

digital first

## Business Geomatics Online

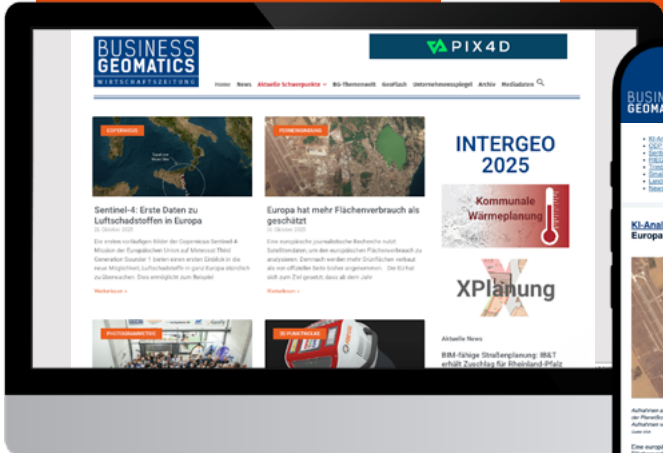
- Erstveröffentlichung der Crossmedia-Inhalte
- bis zu 6.000 Klicks pro Monat
- Themenschwerpunkte, Newsticker, Unternehmenspiegel, Events, Messevorschauen, etc.

## Business Geomatics GeoFlash

- Das Newsletter-Produkt
- Abgestimmte Gliederung in Themenschwerpunkte
- Veröffentlichung aller Crossmedia-Inhalte
- Verlinkung auf Homepage
- Events, Webinare, News etc.
- Ca. 5.700 Empfänger

## Business Geomatics Print

- Das Original: Auflage 8.000
- Erscheinung 4 mal pro Jahr
- Veröffentlichung aller Crossmedia-Inhalte



## Digital first

Auch im Jahr 2026 baut die BUSINESS GEOMATICS ihre DIGITALEN Kanäle konsequent aus. Weiterhin handeln wir nach dem bewährten Konzept „digital first“: Fachbeiträge werden zuerst in den digitalen Kanälen der **BUSINESS GEOMATICS** veröffentlicht. Alle Inhalte erscheinen zunächst online, dann im GeoFlash (Newsletter-Ausgabe) und abschließend in der Printveröffentlichung.

## Newsletterformat: GeoFlash

Der GeoFlash ist das Newsletter-Format der BUSINESS GEOMATICS. Dieser erscheint 18 mal im Jahr 2026. Der GeoFlash greift aktuelle Trends, Produkte und Praxisberichte ausführlich auf, wobei die angeteaserten Texte auf die langen Stories auf [www.business-geomatics.com](http://www.business-geomatics.com) verlinken. Ergänzt werden die Newsletter mit kurzem Newsticker, Veranstaltungshinweisen, Webinar-Hinweisen, Videos, Jobangeboten etc. Der GeoFlash erscheint jeweils Donnerstags.

## Credit-System

Als Instrument für die flexible Kampagnenplanung gibt es unser Credit-System als Zahlungsmittel. Die Credits können für alle BUSINESS GEOMATICS-Produkte eingelöst werden. Nach dem Erwerb von Credits können diese je nach Wert der flexibel wählbaren Produkte aufgebraucht werden.

# Eine Plattform - drei Kanäle



## GeoFlash

Nr. 1	ET	29.01.
	AS	27.01.
Nr. 2	ET	26.02.
	AS	24.02.
Nr. 3	ET	12.03.
	AS	10.03.
Nr. 4	ET	26.03.
	AS	24.03.
Nr. 5	ET	02.04.
	AS	31.03.
Nr. 6	ET	30.04.
	AS	28.04.
Nr. 7	ET	21.05.
	AS	19.05.
Nr. 8	ET	25.06.
	AS	23.06.
Nr. 9	ET	30.07.
	AS	28.07.
Nr. 10	ET	27.08.
	AS	25.08.
Nr. 11	ET	04.09.
	AS	02.09.
Nr. 12	ET	24.09.
	AS	22.09.
Nr. 13	ET	28.10.
	AS	26.10.
Nr. 14	ET	26.11.
	AS	24.11.
Nr. 15	ET	03.12.
	AS	01.12.
Nr. 16	ET	17.12.
	AS	17.12.

Januar

Februar

März

April

Mai

Juni

Juli

August

September

Oktober

November

Dezember

## Print

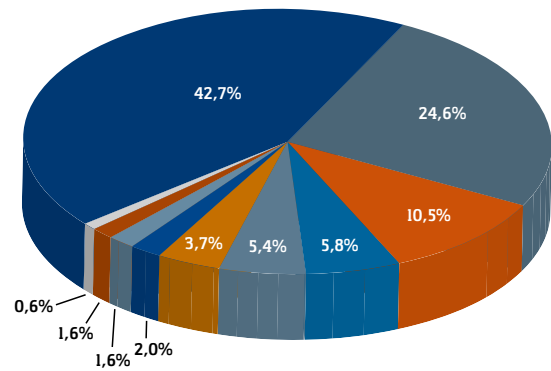
Nr. 1	ET	16.03.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobile Mapping</li> <li>• Digitale Zwillinge</li> <li>• Geomarketing/Location Intelligence</li> <li>• Kommunale Energieplanung</li> <li>• Thermographie</li> </ul>
	AS	06.03.	
Nr. 2	ET	27.05.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sonderaktion: Smallworld</li> </ul>
	AS	17.05.	
Nr. 3	ET	07.09.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leitungsauskunft/Planauskunft</li> <li>• GeoAI</li> <li>• Fernerkundung/Copernicus</li> <li>• Wasser &amp; Abwasser</li> <li>• Erhaltungsmanagement Straßen</li> </ul>
	AS	28.08.	
Nr. 4	ET	08.12.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sonderthema: BIM</li> </ul>
	AS	28.11.	
Nr. 3	ET	07.09.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sonderausgabe Intergeo</li> </ul>
	AS	28.08.	
Nr. 4	ET	08.12.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• XPlanung Co.</li> <li>• Kommunale Wärmeplanung</li> </ul>
	AS	28.11.	
Nr. 4	ET	08.12.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GIS für die moderne Kommune</li> <li>• Netzanschluss/Netzberechnung</li> <li>• Digitale Zwillinge</li> <li>• Fokus: Land- Forstwirtschaft</li> <li>• Starkregen&amp;Hochwasser</li> </ul>
	AS	28.11.	
Nr. 4	ET	08.12.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sonderthema: Geo-IT für die Elektromobilität</li> </ul>
	AS	28.11.	



**Auflagenkontrolle**

<b>Auflagenanalyse (3. Quartal 2025):</b>	Exemplare pro Ausgabe im Quartalsdurchschnitt	
<b>Druckauflage:</b>	8.000	
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA):</b>	7.880	davon Ausland: 704
<b>Reststücke:</b>	19	

**Zielgruppen**



- Öffentliche Hand/Kommunen/Kommunale Eigenbetriebe/ÖPNV
- Stadtwerke/Netzbetreiber (Strom, Gas, Wasser, Fernwärme, Abwasser, Telekommunikation)
- Ingenieur-/ Planungs-/ Vermessungsbüro
- Unternehmen & Agenturen
- Handel, Banken, Versicherungen
- Standortbetreiber/Liegenschaften Industrie
- Bauwirtschaft
- Entsorgung
- Wohnungs- und Gebäudewirtschaft
- Universitäten/Hochschulen

**Print**

**Verteilerschlüssel 2025 (Musterverteiler)**

Branche	Anzahl
Öffentliche Hand/Kommunen/ Kommunale Eigenbetriebe/ÖPNV	3.281 * (42,7%)
Stadtwerke/Netzbetreiber (Strom, Gas, Wasser, Fernwärme, Abwasser, Telekommunikation)	1.927* (24,6%)
Ingenieur-/Planungs, Vermessungsbüros	817(9,2%)
Unternehmen & Agenturen	28 (1,4%)
Handel, Banken, Versicherungen	633 (7,2%)
Standortbetreiber/Liegenschaften Industrie	242 (2,5%)
Bauwirtschaft	851 (8,1%)
Entsorgung	102 (1,5%)
Wohnungs- und Gebäudewirtschaft	107 (1,2%)
Universitäten/Hochschulen	223 (2,4%)



**Zielgruppen:**  
Fachleiter, Verwaltungsspitzen,  
Geschäftsführer, IT-Entscheider

Spezialausgaben werden durch verschiedene  
Sonderverteiler ergänzt.



**Online**

**Statistik Google-Analytics 2025\*\***

	01.25	02.25	03.25	04.25	05.25	06.25	07.25	08.25	09.25	10.25
<b>Seitenaufrufe</b>	4.037	3.152	4.810	5.127	3.958	4.192	5.418	4.158	5.869	4.569
<b>Durchschn. Verweildauer</b>	2:35min									
<b>Absprungrate</b>	2,37%									

**GeoFlash**

**Statistik 2025 (Durchschnitt) \*\***

<b>Empfänger</b>	5.678
<b>Öffnungen</b>	1.823
<b>Klicks</b>	1048

\* Adressdopplungen möglich  
\*\* bis 31.10.2025



**Seit 2023!**

**BG MAGAZIN  
ALS DIGITALES  
FLIPPINGBOOK  
(trackable)**

**Leser 2025** 10.985

# Beiträge Online | GeoFlash | Print | + Bonus Print-Anzeige

## Crossmedia-Paket S

PKZ/DKZ bis 2.500 Zeichen

- Online
- GeoFlash
- Print
- + Print-Anzeige

Online  
Newsletter



Print



Anzeige (Print) Format A 105x130mm  
oder alternativ: 5 Wochen Online-Banner,  
groß, 468x60px

Preis 2.350,00 €/ 91 Credits

## Crossmedia-Paket M

PKZ/DKZ von 2.500 bis 4.500 Zeichen

- Online
- GeoFlash
- Print
- + Print-Anzeige

Online  
Newsletter



Print



Anzeige (Print) Format B, 105x200mm,  
oder alternativ: 6 Wochen Online-Banner,  
groß, 468x60px

Preis 2.975,00 €/ 117 Credits

## Crossmedia-Paket L

PKZ/DKZ bis 6.500 Zeichen

- Online
- GeoFlash
- Print
- + Print-Anzeige

Online  
Newsletter



Print



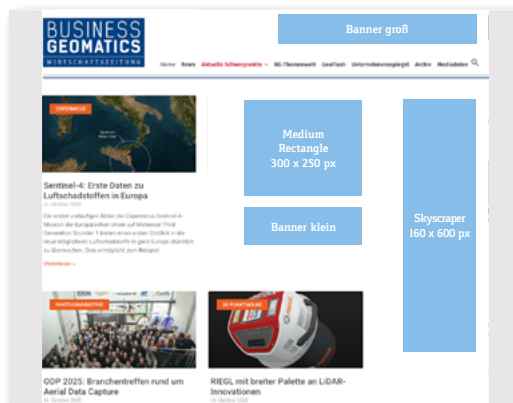
Anzeige (Print) Format C, 270x100mm,  
oder alternativ: 8 Wochen Online-Banner,  
groß, 468x60px

Preis 3.975,00 € / 156 Credits

## Online-Werbeformen

Produkt	Größe	Einzelpreis	Credits
Skyscraper	160 x 600 Pixel	350,00 € / Woche	14
Banner groß	468 x 60 Pixel 468 x 61 Pixel und höher	400,00 € / Woche auf Anfrage	16
Banner klein	360 x 100 Pixel 360 x 101 Pixel und höher	275,00 € / Woche auf Anfrage	11
Medium Rectangle	300 x 250 Pixel	300,00 € / Woche	12

Festbuchung mit einem Mindestbuchungsvolumen von 4 Wochen.



Alle Banner-Angebote inklusive Verlinkung. Banner sind nicht rabattfähig; AE-Provision wird auf Preise aufgeschlagen. Online-Sonderwerbformen auf Anfrage.

Aktuelle Banner-Vorlagen siehe unter [www.business-geomatics.com](http://www.business-geomatics.com)

## Online-Advertorial (Sichtbarkeit max. 4 Wochen)

bis 300 Zeichen + Bild

350,00 € pro Woche / 13 Credits

bis 900 Zeichen + Bild

500,00 € pro Woche / 19 Credits

## Technische Daten:

## Dateiformate:

GIF, JPG, PNG

## Anlieferung:

Banner und Link mind.  
2 Tage vor Buchungs-  
beginn an unseren

## Webmaster:

Hardy Möller, Telefon:  
+49 (0)221-92 18 25 34,  
[moeller@sig-media.de](mailto:moeller@sig-media.de)

## Newsletter: GeoFlash

**BUSINESS GEOMATICS** Newsletter gibt es seit dem Jahr 2021 als GeoFlash. 16 mal im Jahr mit jeweils einem Themenschwerpunkt sowie eine spezielle Ausgabe zur INTERGEO 2026. Der GeoFlash erreicht einen hohen Zielgruppenanteil im Bereich der Geoinformationswirtschaft. Durchschnittlich befinden sich knapp 6.000 Einzeladressen im Verteiler. Hauptzielgruppen bei den Adressaten sind die Versorgungswirtschaft und die öffentliche Hand. Kommunale Fachbehörden, Bauwirtschaft, Gas- und Wasserwirtschaft, Versicherungen, Handel sowie Kanal- und Abwassertechnologie stehen im Zentrum.

Der Versand des Newsletters erfolgt über eine separate Versandplattform und gewährleistet damit ein optimales Versand-Controlling. Wir liefern Reports über Zustellungs- und Öffnungsrate.

Produkt	Format	Einzelpreis	Credits
Paid Post Geoflash 1	600 Zeichen	725,00 €	29
Paid Post Geoflash 2	900 Zeichen	975,00 €	39
Banner 1	640 x 80 Pixel	825,00 €	33
Banner 2	640 x 120 Pixel	975,00 €	39

## Company Newsletter

Als Stand-alone-Lösung für Ihre individuellen Unternehmens- und Produktinformationen bietet der Company Newsletter einen exklusiven Kommunikationskanal powered by **BUSINESS GEOMATICS**.

Der Versand Ihres individuellen Newsletters erfolgt über die sig Media GmbH & Co. KG und erreicht rund 5.800 persönliche Empfänger.

**4.175,00 € / 167 Credits**

Für detaillierte Informationen sprechen Sie uns gerne an!



## Beitragsformate Distributionskostenzuschuss (DKZ)

- Content Marketing steht für Kunden der **BUSINESS GEOMATICS** an Nr. 1. Daher stellen wir Inhalte in den Mittelpunkt unseres Angebots.
- Bei unseren digitalen Kanälen (Online+GeoFlash) erheben wir für redaktionelle Inhalte einen Distributionskostenzuschuss (DKZ). Die Angebote richten sich nach der Textgröße. In diesem Fall werden Berichte auf der Webseite [www.business-geomatrics.com](http://www.business-geomatrics.com) und im Newsletter-Format BUSINESS GEOMATICS-GeoFlash veröffentlicht.
- Dieses Angebot gibt es auch in gleicher Struktur für unseren Print-Kanal als Produktionskostenzuschuss (PKZ) (siehe Seite 10).
- Werden Beiträge über alle Kanäle veröffentlicht, gibt es unser Crossmedia-Angebot PKZ/DKZ (siehe Seite 8).

## Beitrag mit bis zu 2.500 Zeichen

In einem solchen Beitrag stellt die Redaktion aktuelle Information von Unternehmen ausführlich dar. So erfährt der Markt nicht nur, welche Neuigkeiten es gibt, sondern es werden auch Hintergründe und weiterführende Infos erläutert. Dieser Text mit bis zu 2.500 Zeichen (inklusive Leerzeichen) entspricht einer klassischen Hintergrund- oder Mehrfachmeldung und bietet Aktualität und Hintergrundinformation gleichermaßen.

**Distributionskostenzuschuss (DKZ): 1.675,00 € / 67 Credits**

## Bericht mit 2.500 bis 4.500 Zeichen

In einem solchen Bericht werden komplexe Themen auf den Punkt gebracht. Themen bekommen den Platz, den sie benötigen. Hintergründe werden ausführlich erklärt. Der Redakteur hat mit seinen journalistischen Mitteln und der Auswahl an Bildern die Möglichkeit, den Lesern ein Thema spannend und kurzweilig aufzuarbeiten.

**Distributionskostenzuschuss (DKZ): 2.175,00 € / 87 Credits**

Der Distributionskostenzuschuss ist eine Umlage der Distributionskosten der Wirtschaftszeitung Business Geomatics. Mit der Zahlung des Distributionskostenzuschusses ist keinerlei inhaltliche Leistungsverpflichtung der Redaktion verbunden. Redaktionsleistungen werden frei und unabhängig erbracht. Alle Rechte und Änderungen vorbehalten.

## Crossmedia-Angebot auf Seite 12

## Hintergrundstory mit über 4.500 Zeichen

Interviews, Anwendergeschichten oder Strategieberichte sind übliche Inhalte dieser Kategorie. Hier werden Themen-, Markt- oder Technologieführerschaft profund erklärt. Die Redaktion zeigt, wer an der Spitze aktueller Entwicklungen steht oder präsentiert Leuchtturmprojekte. Die Verwendung von Bildern oder Grafiken ist obligatorisch. Der Leser gewinnt einen detaillierten Einblick in die konkreten Einsatzmöglichkeiten eines Produkts oder einer Lösung.

**Distributionskostenzuschuss (DKZ): 2.975,00 € / 119 Credits**

## Beispiele DKZ



Inselanzeigen

Die Anzeige wird so platziert, dass sie an allen Seiten von Redaktion umgeben ist.

- Spaltenbreiten: 1-spaltig 50 mm, 2-spaltig 105 mm
Mindesthöhe: 25 mm
Farbe: 4c Euroskala

Grundpreis pro mm (Höhe) und Spalte: 25,00 € / 1 Credit

Mitfahrgelegenheit auf dem Handy

Neuer mobiler Dienst soll auch öffentlichen Nahverkehr und Taxiunternehmen berücksichtigen

Der Anbieter Softwareentwickler Scientific Computers hat eine mobile Anwendung zur Vermittlung von Transportmitteln entwickelt. Das Projekt mit dem Namen Carbo ist im Oktober gestartet und soll in Echtzeit Fahrgenossenschaft und Mitfahrer via Handyfunktion zusammenbringen.
Registrierte Benutzer können nach Angaben von Scientific Computers mit einem internetfähigen Handy ein Fahrgesuch starten. Die Adresssuche soll dann die suchende Person über alle registrierten Fahrmöglichkeiten, die sich in der Nähe befinden und ein ähnliches Ziel haben, informieren.
Neben privaten Fahrern und Mitfahrern wollen die Macher vor allem auch Fahrgesuchsbildner mit öffentlichen

Verkehrsmitteln und Taxis vermitteln. Ein potenzieller Fahrgast müsse sowohl im Besitz eines Fahrzeuges für den ÖPNV noch einer Taxinummer sein.
Das System arbeitet mit realen Geodaten und Services von Navteq. Dabei soll jeder topografisch relevante Ort als Start oder Zielpunkt möglich. Die Vermittlung erfolgt über ein intelligentes Matching. Das heißt, die Verbindung zur nächsten registrierten Mitfahrgelegenheit wird automatisch hergestellt. Das intelligente Navteq-Matchingssystem generiert dazu die Route aus den angegebenen Orten.
Die Ortung kann laut Ander auf zwei Arten erfolgen. Optimiertweise findet die Software den Standort der Suchfahrerin über GPS. Falls dies die Ortung sehr einfach und relativ ge-

naus. Für den Fall, dass die benutzte Handy kein GPS-Modul besitzt, lokalisiert das System mit Hilfe der Mobilfunkantennen. Diese Art ist zwar ungenauer (im städtischen Bereich etwa 100 Meter), bietet jedoch laut Ander den Vorteil, dass sie im Gegensatz zu GPS auch in Innenräumen funktioniert.
Um den Service zu nutzen, müssen Interessenten die Handysoftware auf ihrem internetfähigen Handy installieren. Die Software stellt das Unternehmen kostenlos auf seiner Website zur Verfügung. Ander führt bereits Gespräche mit Verkehrsverbänden und Taxizentralen. Eine Zusammenarbeit beispielsweise bereits mit der Taxizentrale Stuttgart.
www.scientific.de

Insel-Anzeige

Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage. Titelkopf-, Inselanzeigen und Rubriken-Sponsoring sind nicht rabattfähig.

Advertorial-Anzeigen

Für die Darstellung eines PR-Textes in der BUSINESS GEOMATICS gibt es das Advertorial. Es wird im redaktionellen Umfeld platziert und entspricht in seiner technischen Form einem Artikel, der als „Anzeige“ besonders gekennzeichnet wird.

Die hier abgebildeten Musterseiten zeigen die Rahmengestaltung der Anzeigen und dienen als grobe Orientierung.

Die Anzeigen werden mit dem von Ihnen gelieferten Material individuell erstellt.

Die farbliche Gestaltung der Anzeige wird auf die Farbgebung Ihres Corporate Designs abgestimmt. Sämtliche Rechte für Bilder und Texte liegen bei Ihrem Unternehmen und werden uns für den einmaligen Zweck der Publikation übertragen.

Advertorial 1/1 Seite

B 270 x H 425 mm, ca. 8.000 Zeichen

7.700,00 €

308 Credits

Advertorial 1/2 Seite

B 270 x H 200 mm, ca. 3.500 Zeichen

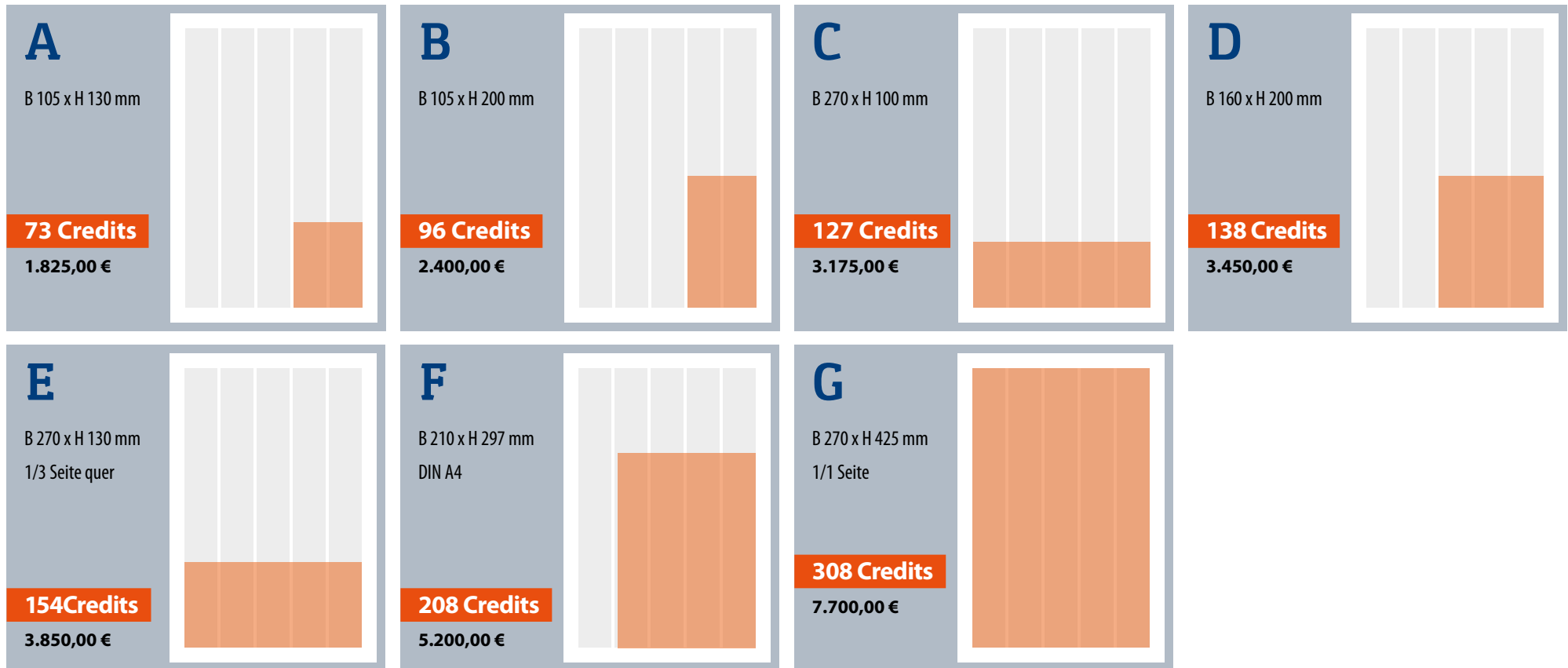
4.975,00 €

199 Credits

Sample advertorial page for 'Olor inis nostrud disincta solupta volo' with a 'Platz für Grafiken, Diagramme, Tabellen etc.' section and 'Impressum' and 'LOGO' boxes.

Sample advertorial page for 'Paribus idundebis sanimil mollupt' with a 'Platz für Grafiken, Diagramme, Tabellen etc.' section and 'Impressum' and 'LOGO' boxes.

## Anzeigenformate



## Beitragsformate

Produkt	Größe	Einzelpreis	Credits
PKZ Format S	bis 2.500 Zeichen	1.825,00€	73
PKZ Format M	2.500 - 4.500 Zeichen	2.400,00€	96
PKZ Format L	ab 4.500 Zeichen	2.975,00€	119

## Beitragsformate Produktionskostenzuschuss (PKZ)

- Content Marketing steht für Kunden der **BUSINESS GEOMATICS** an Nr. 1. Daher stellen wir Inhalte in den Mittelpunkt unseres Angebots.
- Für redaktionelle Inhalte in BUSINESS GEOMATICS Print erheben wir einen Produktionskostenzuschuss (PKZ). Die Angebote richten sich nach der Textgröße.
- Dieses Angebot gibt es auch in gleicher Struktur für unsere digitalen Kanäle als Distributionskostenzuschuss (DKZ) (siehe Seite 6).
- Werden Beiträge über alle Kanäle veröffentlicht, gibt es unser Crossmedia-Angebot PKZ/DKZ (siehe Seite 8).



### Bericht mit 2.500 bis 4.500 Zeichen

In einem solchen Bericht werden komplexe Themen auf den Punkt gebracht. Themen bekommen den Platz, den sie benötigen. Hintergründe werden ausführlich erklärt. Der Redakteur hat mit seinen journalistischen Mitteln und der Auswahl an Bildern die Möglichkeit, den Lesern ein Thema spannend und kurzweilig aufzuarbeiten.

**Produktionskostenzuschuss (PKZ): 2.375,00 € / 95 Credits**

Der Produktionskostenzuschuss ist eine Umlage der Herstellungs- und Distributionskosten der Wirtschaftszeitung Business Geomatics. Mit der Zahlung des Produktionskostenzuschusses ist keinerlei inhaltliche Leistungsverpflichtung der Redaktion verbunden. Redaktionsleistungen werden frei und unabhängig erbracht. Alle Rechte und Änderungen vorbehalten.



### Beitrag mit bis zu 2.500 Zeichen

In einem solchen Beitrag stellt die Redaktion aktuelle Information von Unternehmen ausführlich dar. So erfährt der Markt nicht nur, welche Neuigkeiten es gibt, sondern es werden auch Hintergründe und weiterführende Infos erläutert. Dieser Text mit bis zu 2.500 Zeichen (inklusive Leerzeichen) entspricht einer klassischen Hintergrund- oder Mehrfachmeldung und bietet Aktualität und Hintergrundinformation gleichermaßen.

**Produktionskostenzuschuss (PKZ): 1.825,00 € / 73 Credits**



### Hintergrundstory bis 6.500 Zeichen

Interviews, Anwendergeschichten oder Strategieberichte sind übliche Inhalte dieser Kategorie. Hier werden Themen-, Markt- oder Technologieführerschaft profund erklärt. Die Redaktion zeigt, wer an der Spitze aktueller Entwicklungen steht oder präsentiert Leuchtturmprojekte. Die Verwendung von Bildern oder Grafiken ist obligatorisch. Der Leser gewinnt einen detaillierten Einblick in die konkreten Einsatzmöglichkeiten eines Produkts oder einer Lösung.

**Produktionskostenzuschuss (PKZ): 3.050,00 € / 122 Credits**

**Crossmedia-Angebot auf Seite 12**

## Beilage

**Größe:** Minimum: B 110 x H 148 mm  
Maximum: B210 x H297mm

**Gewicht der Beilagen:** zwischen 5 g und 70 g, ansonsten nur nach Anfrage.

**Einzelblätter** müssen mindestens ein Flächengewicht von 170 g/m<sup>2</sup> haben.

**Mehrseitige Beilagen** müssen an der längeren Seite geschlossen sein (Falz oder Heftung).

**Beilagen mit Sonderfalzarten** (Altarfalz, Leporello etc.) nur nach Rücksprache mit dem Verlag.

**Anlieferungszustand:** Beilagen müssen eine einwandfreie, sofortige maschinelle Verarbeitung gewährleisten.

**Mehraufwände für Aufbereitung** werden entsprechend berechnet (bei Zusammenkleben durch Farbe, elektrostatische Aufladung, Feuchtigkeit, bei geknickten bzw. gequetschten Beilagen oder wenn die Beilagen in zu kleine Lagen verschränkt oder gar zusätzlich verpackt sind).

**Manuelles Einstecken von Beilagen** nur nach entsprechendem Vorlauf bzw. nach entsprechend vorzeitiger Absprache mit dem Verlag.

## Beilagenpreise:

Beilagengewicht	Beilagenpreis/Tsd.
bis 25 g	400,00 € / 16 Credits
über 25 g bis 50 g	450,00 € / 18 Credits
über 50 g bis 70 g	500,00 € / 20 Credits
über 70 g bis 100 g	575,00 € / 23 Credits
über 100 g	625,00 € / 25 Credits

### Postgebühr/Tsd.:

Das zu berechnende Porto für die Beilage ergibt sich aus der Differenz zu dem Gesamtgewicht der gebuchten Ausgabe und wird nach ET in Rechnung gestellt.

Teilbeilagen im Postversand in Deutschland sowie in Österreich möglich. Zuschlag 10 % auf die Beilagenpreise. Mindestmenge 5.000 Beilagen.

Beilagenpreise und Postgebühr sind nicht rabattfähig; keine AE-Provision auf Postgebühr.

## Lieferanschrift für Beilagen:

Freiburger Druck GmbH & CO. KG  
Warenannahme  
Basler Straße 88a, 79115 Freiburg  
Telefon: +49 (0)761-496 1302 (Herr Jörg Müller)

**Liefervermerk:** Für BUSINESS GEOMATICS-Ausgabe (Nr.),  
Beilagendispo: Jörg Müller, Daniel Kausch

**Anliefertermin:** Bis 7 Tage vorab vor Erscheinen der vereinbarten Ausgabe  
(siehe Termin- und Themenplan Seite 4).  
Bemusterung und Gewichtsangabe bitte vorab.

## Ergänzungen zur Preisliste

<b>Anzeigen-Formate:</b>	Jeweils Breite x Höhe in mm
<b>Heftformat:</b>	B 315 x H 470 mm (Berliner Zeitungsformat) 5 Spalten
<b>Satzspiegel:</b>	B 270 x H 405 mm Kein Anschnitt möglich!
<b>Sonderformate:</b>	Preise auf Anfrage
<b>Formatzuschlag:</b>	Anzeigen über Bund 10% auf den Grundpreis
<b>Preisgestaltung:</b>	Alle Preise gelten rein netto zzgl. gesetzl. MwSt.

## Nutzungsrechte

Sie wollen einen Beitrag aus der BUSINESS GEOMATICS für andere Marketingzwecke nutzen – beispielsweise in Kundenmailings, Präsentationen, sozialen Medien etc. Wir bieten Ihnen dazu die Möglichkeit, weitergehende Nutzungsrechte zur freien Verbreitung zu erwerben.

### Preisstaffel Nutzungsrechteeinräumung:

325,00 € / 13 Credits	für Fachbeiträge bis ca. 2.500 Zeichen
575,00 € / 23 Credits	für Fachbeiträge bis ca. 4.500 Zeichen
975,00 € / 39 Credits	für Fachbeiträge bis ca. 6.500 Zeichen

## Sonderdruck

### Grafiksupport zur Sonderdruckanfertigung

Erstellen eines individuellen Sonderdrucks im Design der BUSINESS GEOMATICS.

Druckkosten separat. Pro Stunde Grafikleistung: **125,00 € / 5 Credits**

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

**BUSINESS GEOMATICS**

WIRTSCHAFTSZEITUNG

**SONDERDRUCK**

www.business-geomatrics.com | 09.11.2020

## Geodaten in der Blockchain

Der Geosoftware-Spezialist GDV beschäftigt sich derzeit mit der Verwendung der Kryptotechnologie für Geodaten. Ein erster Prototyp ist bereits erstellt.

**Schematische Darstellung des Smart Contracting auf Basis der Blockchain-Technologie:** Der Prototyp von der GDV orientiert sich an der Bearbeitung von landwirtschaftlichen Fördermitteln im Rahmen von InVeKoS. Grafik: SCHMIDT

**K**ann das kryptographische Verfahren der Blockchain, dessen bekannteste Anwendung die Digitalwährung Bitcoin ist, auch für Geodaten genutzt werden? Dieser Frage, die bisher in der Geoinformationswirtschaft noch niemand öffentlich gestellt oder diskutiert hat, wurde von dem Ingelheimer Unternehmen GDV mbH nachgegangen. Mit positiver Antwort, soviel steht bereits fest. Denn der Prototyp einer Anwendung ist bereits fertig. Doch warum überhaupt setzt sich ein Unternehmen wie die GDV mit dem Thema auseinander? Welche Vorteile bietet eine Blockchain für Geodaten? Und welchen Applikationen könnten davon profitieren? Im Zentrum steht die Fähigkeit einer Blockchain, Daten- und Manipulationsicherheit in vielschichtigen, vertragsorientierten Prozessen zu gewährleisten. Also Leistungen, die eigentlich bei vielen Fragestellungen mit Geodaten berührt werden, bei Kataster- und Grundstücksdaten sogar seitdem es diese historisch gibt.

So auch in einem speziellen Umfeld, in dem die GDV seit Jahren intensiv tätig ist: InVeKoS, das integrierte Verwaltungs- und Kontrollsystem, das von Seiten der Europäischen Union im Rahmen der Agrarpolitik für die Berechnung und Verteilung der Fördermittel vorgeschrieben wird. Auf Seiten der EU-Mitgliedsländer, die für die konkrete Umsetzung von InVeKoS verantwortlich sind, dient das Verfahren etwa dazu,

die Anträge auf Fördermittel für landwirtschaftlich genutzte Parzellen seitens der Landwirte zu bewilligen. Es geht also auch um eine Art von Mini-Verträgen, die von allen Seiten kritisch überprüft werden müssen: Die politische Seite befürchtet die missbräuchliche Beantragung von Geldern, die Landwirte wiederum erwarten eine faire, transparente und fachlich korrekte Bearbeitung ihrer einzelnen flächenbezogenen Anträge, die für ihre wirtschaftliche Existenz entscheidend sind. „In diesem Umfeld könnte das Kryptoverfahren mit seiner Manipulationsicherheit und inhärenten Transparenz helfen, Akzeptanz, Sicherheit und Vertrauen zu schaffen“, so Thomas Riehl, Geschäftsführer der GDV. Im Rahmen des EFRE-Förderprojekt „InnoTop“, das vom Bundesland Rheinland-Pfalz (RLP) und der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) Ende 2019 vergeben wurde und bis Ende 2021 läuft, bewarb sich die GDV also mit einem entsprechenden Projekt. Für das Teilprojekt „Innovatives Kernsystem zur InVeKoS-Antragsstellung unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen an die Digitalisierung in der Landwirtschaft“ kam prompt der Zuschlag, wobei auch Blockchain-Technologie berücksichtigt ist: Ein Teil fokussiert auf die Vorgangsverwaltung, bei dem es auch darum geht, ein Proof of Concept zu entwickeln. Der zweite Teil hat die Blockchain-Technologie selbst zum Gegenstand, insbesondere die Vereinfachung der IT-Systeme im Hinblick auf Transparenz und Sicherheit. Hier ging es um die grundsätzliche Frage, ob Geodaten per Blockchain überhaupt nutzbar gemacht werden können.

**Technische Details**

Die erste zentrale Entscheidung im Projekt: Über welches der vielen Frameworks, die in etwa Entwicklungsumgebungen der Blockchains darstellen, lassen sich Geodaten am besten einbinden? Bei der Evaluation stieß die GDV auf die Hyperledger Fabrik (HLF), einem Open Source-Blockchain-Ansatz, der sehr häufig von Entwicklern genutzt wird und als Meilenstein für die Gesamtentwicklung von Blockchains angesehen wird.

Im Zuge des Forschungsprojekts und einer daran angegliederten akademischen Masterarbeit konnte die GDV für alle zentralen Anforderungen an die Blockchain-Technologie via Blockchain verwaltet und die Methode der Smart Contracts umgesetzt werden“, beschreibt Thomas Riehl den ersten Meilenstein. Sogar ein erster Prototyp für eine Anwendung konnte konzipiert werden.

Doch der große Schritt für die Geoinformationswirtschaft war nur ein erster kleiner Entwicklungsschritt. Denn unmittelbar schlug die bekannte Schwachstelle der Blockchain-Technologie durch die Performance – resultierend aus dem Konzept der dezentralen kryptografischen Verteilung. Dies erfordert enorm viel Rechenleistung, weshalb beispielsweise auch die Okziballen der Kryptowährung Bitcoin so schlecht ausfällt.

„Eine simple Transaktion kostet Rechenleistung, und damit auch Performance. Für Geo-Anwendungen ist dies natürlich ein Killer“, sagt Enrico Homann, Softwareentwickler bei der GDV. Daher suchte das GDV-Team bereits sehr früh im Projekt nach Alternativen. Und fand sie auch, in Form einer vorgeschalteten Datenbank, einer sogenannten Off-Chain-Datenhaltung.

Bindeglied zu der Blockchain-Kern-Technologie. Aktuell entwickelt die GDV die Anwendungsprototypen also genau in diese Richtung weiter. Als „Blaupause“ dienen Prozesse, die im InVeKoS-Prozess bereits seit Jahren umgesetzt sind und von der GDV auch selbst in den letzten Jahren entwickelt wurden. Die eigentlichen vertragsrelevanten InVeKoS-Prozesse sollen dabei weiterhin via Smart Contracts umgesetzt werden, allerdings um komplexe Logik erweitert werden. „Dies hat generischen Charakter, denn für andere Anwendungen müssen im Grunde nur die Datenmodelle angeglichen werden“, sagt Homann. Vorausgesetzt, die grundlegenden Entwicklungsarbeiten wurden getriggert. Man darf gespannt sein, wie sich die Blockchain weiter in der Geoinformationsbranche etablieren wird.

**LO GO** Musterfirma GmbH  
 Musterstr. 1  
 12345 Musterstadt info@firma.de  
 Tel. 0123 456789 www.firma.de

## Credits und Wertigkeiten

Die Preise in Euro aller Leistungen und Angebote sind in Credits umgerechnet.

Ein Credit entspricht dabei einem Wert von 25,00 Euro.

Um Kunden ein möglichst hohes Maß an Flexibilität sowohl bei der Leistungsauswahl als auch beim terminlichen Planen von Leistungen zu gewähren, können Credits separat zunächst leistungsunabhängig erworben werden.

Im Laufe des Kalenderjahres können dann die erworbenen und vorab bezahlten Credits beliebig gegen Leistungen eingetauscht werden. Credits sind nur gültig innerhalb eines Kalenderjahres. Nicht genutzte Credits verfallen zum 31.12.2026. Eine Rückerstattung von nicht genutzten Credits ist ausgeschlossen.

Creditkontingente sind nicht akkumulierbar und können nicht additiv aufgestockt werden. Die Rabattstaffel gilt nur für den jeweils einzelnen Credit-Erwerb.

Die Zahlung der gebuchten Credits erfolgt im Voraus. Für noch nicht bezahlte Credits (Zahlungseingang bei sig Media GmbH & Co. KG) besteht kein Recht auf Leistungseintausch. Siehe dazu auch AGB auf Seite 18.

### Preisstaffelung der Credits per Kontingent

1-125 Credits	25,00 € pro Credit
ab 126 Credits	24,00 € pro Credit
ab 300 Credits	23,00 € pro Credit
ab 500 Credits	22,00 € pro Credit
ab 750 Credits	21,00 € pro Credit
ab 1.000 Credits	20,00 € pro Credit



**Herstellungsverfahren:**

Rollen-Offset Rotationsdruck

**Papier:**

54 g/m<sup>2</sup> matt gestrichen weiß Zeitungsdruckpapier (Weiße ISO 83)

**Format:**

B 315 x H 470 mm (Berliner Format)

Panoramaseite überall möglich

**Druck:**

Coldset nach ISO 2846-2

Keine Sonderfarben (nur Euroskala)

70-er AM-Raster

**Bildqualität:**

Bildauflösung: 300 dpi

Farbmodus: CMYK

Farbprofil: ISO coated v2 (Profile finden Sie unter [www.eci.org](http://www.eci.org))

Sonderfarben werden automatisch nach CMYK konvertiert.

Daraus resultierende Veränderungen berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen.

**Druckvorlagen:**

Datenanlieferung bitte in digitaler Form

TIF oder druckoptimiertes HighEnd-PDF,

vorzugsweise im Format PDF/X (X-1/X-3)

Logos und Grafiken als .ai- oder .eps-Vektordatei

**Datenübertragung:**

Per E-Mail: [tomova@sig-media.de](mailto:tomova@sig-media.de) (bis 20 MB)

**Grafik/Layout/Produktionstechnik:**

Martina Tomova

Telefon: +49(0)221-92 18 25-31

[tomova@sig-media.de](mailto:tomova@sig-media.de)

**Druck und Versand:**

Freiburger Druck GmbH & Co. KG

Lörracher Straße 3

79115 Freiburg

Deutschland

Telefon: +49 (0)761-496 1201

**Gewährleistung:**

Haftung und Minderungsanspruch für fehlerhaft gelieferte Daten ist ausgeschlossen.

Falls nicht anders vereinbart, werden übermittelte Daten 3 Monate nach Erscheinen der Anzeige gelöscht.

**Herausgeber/Verlag:**

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

Telefon: +49(0)221-92 18 25 50  
Telefax: +49(0)221-92 18 25 16

[info@sig-media.de](mailto:info@sig-media.de)  
[www.sig-media.de](http://www.sig-media.de)

[info@business-geomatics.com](mailto:info@business-geomatics.com)  
[www.business-geomatics.com](http://www.business-geomatics.com)

**Geschäftsleitung:**

Dipl.-Geograph Peter Krückel

**Projektleitung****Chefredaktion V.i.S.d.P.:**

Stefan Grebe  
Telefon: +49(0)221-92 18 25 52  
[grebe@business-geomatics.com](mailto:grebe@business-geomatics.com)

**Grafik/Layout:**

Julia Timofeev  
Telefon: +49(0)221-92 18 25-83  
[timofeev@sig-media.de](mailto:timofeev@sig-media.de)

**Internet:**

Hardy Möller  
Telefon: +49(0)221-92 18 25 34  
[moeller@sig-media.de](mailto:moeller@sig-media.de)

**Service und Logistik:**

Jana Braun  
Telefon: +49(0)221-92 18 25 20  
[braun@business-geomatics.com](mailto:braun@business-geomatics.com)

**Herstellung/Druck:**

Freiburger Druck GmbH & Co. KG  
Lörracher Straße 1  
79115 Freiburg

**Jahrgang/Jahr:**

28. Jahrgang 2026

**Erscheinungsweise:**

4 Ausgaben/Themenserien pro Jahr  
ISSN 1437-5532

**Bankverbindung:**

sig Media GmbH & Co. KG  
c/o BUSINESS GEOMATICS  
Sparkasse KölnBonn  
BIC: COLSDE33  
IBAN: DE 61 3705 0198 1007 7927 48

**Zahlungsbedingungen:**

Zahlbar nach Rechnungserhalt innerhalb von  
14 Tagen ohne Abzug.  
Bei Vorauszahlung 2% Skonto.

**Steuer-Nummer:**

219/5734/0762

**Umsatzsteuer-ID-Nr.:**

DE 814341395

Grundlage der Auftragsannahme sind die allgemeinen Geschäftsbedingungen der sig Media GmbH & Co. KG (siehe Seite 18-19).

BUSINESS GEOMATICS ist ein Produkt von sig Media GmbH & Co. KG.

sig Media GmbH & Co. KG ist ein führender Fachverlag und Anbieter von Fachpublikationen, Mehrwertangeboten und Events in den Bereichen Geoinformatik, Energiewirtschaft, IoT, IT und Regenerative Energien.

Besuchen Sie uns im Internet unter [www.sig-media.de](http://www.sig-media.de).

## Allgemeine Geschäftsbedingungen gültig ab 01.01.2026

**AGB für Anzeigen und Werbeleistungen in Zeitschriften und Magazinen sowie digitalen Medien des unter der Marke BUSINESS GEOMATICS zusammengefassten Verlagsangebotes der sig Media GmbH & Co. KG, Köln**

### Anwendungsbereich

Sofern nicht ausdrücklich von der sig Media GmbH & Co. KG (Nachfolgend „Verlag“) etwas anderes schriftlich bestätigt wird, gelten für sämtliche Vertragsbeziehungen mit dem Verlag ausschließlich die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (kurz AGB genannt).

### 1. Anzeigenauftrag

Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen/Werbeformate eines Werbeproduzenten oder sonstigen Interessenten (im weiteren Verlauf „Kunde“ genannt) in einer Druckschrift und/oder einem vom Verlag herausgegebenen digitalen Medium zum Zweck der Verbreitung. Sämtliche Anzeigenaufträge werden ausschließlich aufgrund dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen abgewickelt. Im Falle von elektronisch übermittelten Anzeigenaufträgen kann der Text der Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf den Computer im Internetangebot unter [www.50komma2.de](http://www.50komma2.de) heruntergeladen und/oder ausgedruckt werden. Von diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen und/oder Vereinbarungen werden, selbst bei Kenntnis, nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, ihrer Geltung wird seitens des Verlages ausdrücklich zugestimmt. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Verlages nicht dazu, dass die anderweitigen AGB als vereinbart gelten.

### 2. Unternehmer/Kunde

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

### 3.1 Angebote und Auftragserteilung

3.1 Alle Angebote des Verlages sind freibleibend. Mit dem Anzeigenauftrag gibt der Kunde ein Angebot zum Abschluss eines Vertrages ab. Der Vertrag kommt erst zustande, wenn der Verlag die Annahme des Angebotes ausdrücklich schriftlich durch Auftragsbestätigung erklärt. Wird ein Anzeigenauftrag auf elektronischem Wege in Auf-

trag gegeben, wird der Verlag den Zugang des Auftrages schriftlich bestätigen, allerdings stellt die Zugangsbestätigung noch keine verbindliche Annahme des Auftrages dar. Eine verbindliche Annahme liegt auch bei der Anzeigenaufgabe auf elektronischem Wege erst vor, wenn der Verlag die Annahme des Angebotes ausdrücklich per Auftragsbestätigung erklärt. Gleiches gilt bei mündlich (fern-mündlich) erteilten Aufträgen. Auch hierbei ist erst die verbindliche Annahme durch den Versand der Auftragsbestätigung durch den Verlag erklärt.

3.2 Der Verlag ist berechtigt, das in der Beauftragung liegende Vertragsangebot des Kunden innerhalb von zwei Wochen nach Angebotsabgabe anzunehmen. Anzeigen sind im Zweifel, falls keine Ausgabenfestlegung ausdrücklich erfolgt, zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahrgangs (Januar bis Dezember) nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Zeitjahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

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

### 4. Auftragserfüllung

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Kunde, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Im Einzelfall sind bei nicht vom Verlag zu verantwortenden Leistungsausfällen z.B. bei verspäteter Materialzulieferung des Kunden die in der Auftragsbestätigung ausgewiesenen Leistungen abzgl. eventuell ersparter Kosten dem Verlag voll umfänglich zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

### 5. Rücktritt

Der Kunde hat nur aus wichtigem Grund ein Recht zum Rücktritt vom Vertrag. Die Erklärung des Rücktritts muss spätestens eine Woche vor dem Anzeigenschlusstermin beim Verlag schriftlich oder in Textform (E-Mail oder Fax) eingegangen sein. Bei Ein-/Durchheftern und allen verbindlich zugesagten Vorzugsplätzen einschließlich Um-schlag- und Sonderseitenplatzierungen akzeptiert der Verlag keinen Rücktritt selbst bei beim Kunden liegenden wichtigen Gründen.

### 6. Ausgabenbezogene Aufträge

6.1 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift bzw. Digitalmedien veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Kunden 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.

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

6.3. Digitale Werbung bzw. Werbung in digitalen Medien des Verlages muss vom Kunden spätestens bis zum im Auftrag vereinbarten DU-Termin gemäß den technischen Anforderungen des Verlages angeliefert werden. Der Verlag überprüft nicht, inwieweit das vom Kunden zur Verfügung gestellte Werbemittel für den vom Kunden vorgesehenen Werbezweck tauglich ist und seinen Bedürfnissen entspricht. Bei Online/Digitalwerbung, die aufgrund ihrer technischen Gestaltung die Erhebung und Speicherung von Nutzungsdaten ermöglicht, versichert der Kunde, dass diese Erhebung und Speicherung ausschließlich im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben (insbesondere der der EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO)) erfolgt. Der Kunde gewährleistet, dass das von ihm zur Verfügung gestellte Werbemittel sowie die darin verlinkten Zielseiten weder gegen geltendes Recht verstoßen, noch Rechte Dritter, gleich welcher Art, beeinträchtigen oder verletzen. Insbesondere gewährleistet der Kunde, dass das Werbemittel so ausgestaltet ist, dass nicht der Eindruck einer Systemmeldung entstehen kann und alle gestalterischen Funktionselemente (z.B. Suchmasken, Pop-Up-Menüs, Auswahlboxen etc.) auch tatsächlich aktivierbar sind.

### 7. Auftragsablehnung

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 verstoßen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Bei-

lagenaufträge 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 Kunden unverzüglich mitgeteilt.

### 8. Rechtzeitigkeit der Motivlieferung

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

### 9. Druck- Wiedergabequalität und Ersatzansprüche

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druck- und Wiedergabequalität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Der Kunde hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder auf eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

Farbliche Abweichungen sind nur dann als qualitative Beeinträchtigung anrechenbar, wenn die farbliche Wiedergabe im besonderen Maße von der üblichen herstellungsbedingten Farbvarianz abweicht. Lässt der Verlag eine ihm zum Abdruck einer Ersatzanzeige gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Kunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Der Verlag ist berechtigt, die Art der von dem Kunden gewählten Nacherfüllung zu verweigern, sofern die gewählte Art der Nacherfüllung nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist und die andere Art der Nacherfüllung ohne erhebliche Nachteile für den Verbraucher bleibt. Sind die qualitativen Mängel auf die Fehlerhaftigkeit von gelieferten Druckvorlagen bzw. Druckdaten zurückzuführen, so sind Ersatzleistungen für den Kunden ausgeschlossen.

**10. Fristen**

Kunden haben dem Verlag etwaige bestehende offensichtliche Mängel innerhalb einer Frist von zwei Wochen ab Abdruck der Anzeige (Erscheinungstermin) schriftlich oder in Textform anzuzeigen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung der Mängelanzeige. Nach Ablauf der Zwei-Wochen-Frist ist die Geltendmachung von offensichtlichen Mängeln durch den Kunden ausgeschlossen.

**11. Haftung des Verlages**

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

**12. Korrekturabzüge**

Korrekturabzüge sind aus technischen Gründen nicht vor Drucklegung bzw. Veröffentlichung lieferbar.

**13. Größenvorschriften und Formate**

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

**14. Gültige Preise**

Die angebotenen Anzeigen- und Werbepreise in der jeweils gültigen Preisliste sind bindend. Alle ausgewiesenen Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

**15. Rechnungsstellung und Zahlungsbedingungen**

Falls der Kunde nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort nach Veröffentlichung (mit Datum des Erscheinungstermins) der Anzeige übersandt. Die Zahlung der Rechnung hat ohne Abzug innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungserhalt zu erfolgen, sofern nicht auf der Rechnung etwas anderes vermerkt ist. Nach fruchtlosem Ablauf dieser Frist kommt der Kunde in Verzug. Während des Ver-

zugs ist die Geldschuld in Höhe von 8%-Punkten über dem Basiszinssatz zu verzinsen.

**16. Agenturaufträge und AE-Provisionen**

Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbemittler, Media- und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Kunden bzw. des Mittlers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

AE-Provisionen können nur nachweislich an im Auftrag eines Kunden/Mandanten agierende Werbe- und Mediaagenturen geleistet werden. 15% vom Nettoauftragswert ist die maximale Provisionshöhe, die an solche Agenturen geleistet werden kann. Inhouse-Agenturen von Anzeigenkunden wird keine AE-Provision gewährt.

**17. Belege**

Der Verlag liefert mit der Rechnung oder mit separater Post auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Belege können hilfsweise auch im pdf-Format oder als Screenshot digital an den Kunden übersendet werden.

**18. Kosten für Druckunterlagen und Datenbearbeitung**

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

**19. Auflagenminderung**

Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres um mehr als 25 Prozent unterschritten wird. Bei Einzelbuchungen für Anzeigen oder Beilagen in einzelnen Ausgaben entsteht erst dann ein Preisminderungsanspruch des Kunden, wenn die

Auflagenhöhe einer Ausgabe im Vergleich zum Auflagen-durchschnitt des letzten Quartals um 40 Prozent reduziert ist. Die Nachweispflicht über die entsprechende Auflagenreduzierung obliegt dabei allein dem Kunden. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Kunden von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zu rücktreten konnte.

Der Verlag garantiert keine bestimmte Anzahl von Klickraten, Ad-Impressions, Leads, Visits oder andere Zugriffszahlen in seinen digitalen Medien. In den Mediadaten ausgedruckte Zahlen dienen lediglich der Dokumentation aus dem Vorjahr und geben einen groben Orientierungsrahmen auf die im Gültigkeitszeitraum zu erwartenden Zahlen.

**20. Nutzungsrechte**

Der Kunde versichert, dass er Inhaber aller erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte an den Anzeigen/Werbemotiven ist, und räumt dem Verlag ein Einfaches, nicht ausschließliches, nicht übertragbares, weltweites, zeitlich unbegrenztes sowie inhaltlich auf den Vertragszweck begrenztes Nutzungsrecht an dem zur Verfügung gestellten Werbemitteln ein. Der Kunde stellt den Verlag insoweit auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die eine Verletzung von Rechten geltend machen, und verpflichtet sich, dem Verlag in diesem Umfang alle in diesem Zusammenhang entstehenden Nachteile und Schäden zu ersetzen.

**21. Erfüllungsort und Gerichtsstand**

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

**22. Recht**

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

**23. Datenschutzerklärung**

Der Auftraggeber wird hiermit gemäß Teledienstschutzgesetz (TDDSG), Mediendienstestaatsvertrag (MDStV), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Vertragsbeziehungen mit dem Verlag angegebenen Daten, insbesondere die im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der Kunde dies angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung. Der Verlag ist berechtigt, die personenbezogenen Daten

des Kunden bzw. eines Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um den Kunden die Inanspruchnahme der Leistungen des Verlages zu ermöglichen und eine Abrechnung vornehmen zu können. Der Kunde kann jederzeit die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten unentgeltlich bei dem Verlag einsehen. Der Verlag verpflichtet sich seinerseits, im Rahmen des TDDSG, MDStV, BDSG sowie der sonstigen Datenschutzbestimmungen, die ihm aus dem Vertragsverhältnis bekanntwerdenden Daten des Kunden, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke der Vertragsanbahnung und Vertragsabwicklung zu verwenden, das Datenheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist.

Der Verlag bedient sich im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit einer Datenverarbeitungsanlage und verarbeitet Kundendaten in dem durch die EU-DSGVO vorgegebenen zulässigen Rahmen. Ein Datenschutzbeauftragter ist beim Verlag bestellt.

## Allgemeine Geschäftsbedingungen Credits gültig ab 01.01.2026

### 1. Produktdefinition

Die sig Media GmbH & Co. KG bietet Credits als Wertgutscheine und Verrechnungsäquivalent zur Verrechnung und Bezahlung von geldwerten Leistungen an.

Die Credits stellen kein Produkt dar, sondern fungieren als Zahlungsmittel für Leistungen, die die sig Media GmbH ihren Kunden anbietet. Credits können nur zur Zahlung für Leistungen Verwendung finden, deren Auszeichnung in den Mediadaten und Preislisten ausdrücklich neben der geldwerten Auszeichnung auch mit umgerechneten Creditwert gekennzeichnet sind.

### 2. Creditwert

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

### 3. Crediterwerb

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

### 4. Rechtsverfügbarkeit – Creditkonto

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

### 5. Verrechnung von geldwerten Leistungen

Die Verrechnung und Bezahlung von geldwerten Leistungen mit Credits kann nur vollständig im Gesamtpreisumfang der Leistung erfolgen. Teilzahlungen oder anteilige Verrechnung von einzelnen Leistungen ist nicht zulässig. Reichen auf dem Kunden-Creditkonto noch vorhandene Credits nicht zur vollständigen Zahlung einer gebuchten geldwerten Leistung aus, so muss ein entsprechender Nacherwerb von Credits durch den Kunden erfolgen oder aber die geldwerte Leistung muss vollständig in Euro zum vereinbarten Erwerbspreis durch den Kunden bezahlt werden.

### 6. Zeitliche Gültigkeit von Credits

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

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

Ausnahme bildet hier der Creditwerb vor Beginn des neuen Kalenderjahres zur Nutzung im nächst folgenden Kalenderjahr. Credits, die ausdrücklich für das Folgejahr gekennzeichnet sind und vorab erworben werden, sind erst ab Beginn des jeweiligen Geschäftsjahres nutzbar. Credits 2026 gelten dementsprechend nur im Jahr 2026 für Leistungen, die im Jahr 2026 gebucht bzw. genutzt werden.

Rückwirkend sind Leistungen aus einem beendeten Kalenderjahr nicht mit Credits aus dem Folgejahr bezahlbar.

### 7. Verrechnung

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

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

### 8. Übertragung und Weiterverkauf

Die Übertragung von Credits ist ausgeschlossen. Eine Genehmigung zur Übertragung von Credits auf Dritte ist nur mit ausdrücklicher, schriftlicher Zustimmung der sig Media GmbH & Co. KG in Ausnahmefällen möglich.

Ein Zwischen- oder Weiterverkauf von Credits durch einen Crediterwerber an andere Dritte ist unzulässig.

### 9. Erfüllungsort und Gerichtsstand

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

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.