

# Datenformate und Übertragung von Onlinewerbe-Vorlagen

Bitte stellen Sie die Vorlagen für Onlinewerbung **spätestens zwei volle Werktage vor dem geplanten Kampagnenstart** zur Verfügung. Bei verspäteter Anlieferung kann der Starttermin nicht mehr gewährleistet werden.

## Technische Daten Banner

Für Ihre Bannerwerbung liefern Sie bitte eine Vorlage in exakt der angegebenen Pixelgröße, sofern in Ihrer Austragsbestätigung keine abweichende Vereinbarung bestätigt wurde.

Bigsize Banner:	728x90 Pixel
Fullsize Banner:	468x60 Pixel
Skyscraper:	Breite 120-200 Pixel, Höhe 100-800 Pixel
Content Ad:	300x250px, 300x200px
Logos/Buttons:	Angabe in der Auftragsbestätigung
Sonderwerbformen:	Angabe in der Auftragsbestätigung / gesonderte Dokumentation
Newsletter:	Werbefläche max. 640x90 bis 640x120 Pixel, als GIF/Animated GIF, JPG oder HTML-Vorlage sowie Alternativ-Text (4 Zeilen a 65 Zeichen plus 1 Zeile URL)

### Bitte liefern Sie uns an:

Dateityp:	SWF, Flash 9 kompatibel; clickTag-Unterstützung (Siehe unten)
Maximale Dateigröße:	60kB
Framerate:	18 fps empfohlen, maximal 25 fps.
Weitere Optionen:	wmode=opaque, Audio Default=off
Alternativdatei:	GIF/Animated GIF bis 60 kB
Zieladresse:	URL für jedes Werbemittel
Kompatibilitätsinformation:	Flash-Version, Browser, Betriebssystem
Alternativ:	Javascript-Redirect mit Informationen zu Caching-Vermeidung, Positionierung, Redirect-Klicktracking

Bitte beachten Sie bei der Vorbereitung der Klickzählung im Flash-Werbemittel folgendes: Legen Sie im Flashfile eine neue Schaltfläche in der obersten Ebene für den klickbaren Bereich an und weisen Sie dieser Schaltfläche nebenstehende Aktion zu:

```
on(release) {  
  getURL(clickTag, "_blank");  
}
```

## Technische Daten Standalone/Permission-Marketing

Für Ihre E-Mail-Kampagne übersenden Sie uns bitte eine vollständigen und nach W3C-Norm HTML 4.01 Transitional **fehlerfreien HTML-Code** sowie die **Betreffzeile**. Bildelemente hinterlegen Sie bitte auf Ihrem eigenen Server, sofern nichts anderes vereinbart wurde. Bitte verzichten Sie auf den Einbau eigener Zählpixel oder Javascript. Verwenden Sie nach Möglichkeit ein tabellenbasiertes Layout, da Positionierung und Floating von vielen E-Mail-Clients nicht ausreichend unterstützt wird. CSS-Styles müssen inline eingebunden sein. Bitte beachten Sie, dass zur Umsetzung bei uns folgende Änderungen an der HTML-Vorlage vorgenommen werden:

- Für die Klick-Zählung werden sämtliche von Ihnen vergebenen klickbaren Links auf unseren Zählserver umgeschrieben und von dort an die Zieladresse weitergeleitet
- Allen Kundenmotiven wird der iBusiness-Header „iBusiness Kundeninformation“ vorgeschaltet.

**Nach Umsetzung erhalten Sie eine Korrekturversion zur Freigabe.** Bei Austausch der Vorlage nach Bearbeitung wird die Setup-Gebühr erneut fällig. Änderungen an der Vorlage werden nach Aufwand weiterberechnet (ausgenommen die Korrektur fehlerhafter Verarbeitung durch uns). Eine Haftung, dass die Vorlage in bestimmten Systemen oder E-Mail-Programmen richtig dargestellt wird, übernehmen wir nicht.

Sperrlisten:	Textdatei, eine E-Mail-Adresse pro Zeile, keine Zusatzinformationen
Gutschein-codes:	Textdatei, ein Gutscheincode pro Zeile, unverbrauchte Codes erhalten Sie zurück
Personalisierung:	Bitte im Motiv eindeutig vorbereiten

## Die Datenübertragung

Für die Übermittlung Ihrer Daten an den Verlag sehen Ihnen folgende Übertragungswege zur Verfügung:

E-Mail: [anzeigen@hightext.de](mailto:anzeigen@hightext.de), Umfang bis ca. 20 MByte  
FTP: [ftp.hightext.de](ftp://ftp.hightext.de), Username: kunde, Kennwort: hightext

**Diese Vorgaben sind Bestandteil der allgemeinen Geschäftsbedingungen. Darauf wurde in den AGB bereits hingewiesen. Der Verlag bemüht sich, seine Kunden auf mögliche technische Probleme bei Anzeigenvorlagen hinzuweisen. Eine Verpflichtung zur technischen Prüfung besteht jedoch nicht.**

# Datenformate und Übertragung von Druckdaten

Die Print-Publikationen des HighText Verlags werden ausnahmslos filmlos hergestellt (Computer-to-Plate). Zur Bearbeitung Ihres Anzeigenauftrages benötigen wir daher eine digitale Vorlage. Grundsätzlich erwartet der Verlag Ihre Druckdaten in Format PDF/X-3 nach ISO 15930-6 (PDF/X-3:2003). Die Übermittlung in anderen Formaten ist möglich, jedoch **nur unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung für das Druckergebnis**.

## Proof und Farben

Bitte liefern Sie parallel zu den digitalen Druckdaten eine farbverbindliche Vorlage aus dem Original-Datenbestand, die in einem entsprechenden, anerkannten Proof-Verfahren hergestellt wurde. Wenn Sie einen Proof von uns wünschen, können wir diesen bei rechtzeitiger Datenanlieferung von **fünf Werktagen vor Druckunterlagenschluss** gerne zum Selbstkostenpreis anfertigen lassen. Grundsätzlich ist eine Produktion auch ohne farbverbindlichen Proof möglich. Der Verlag übernimmt in diesem Fall jedoch keine Haftung für die Farbtreue des Druckergebnisses. **Korrekturabzüge, auch in digitaler Form, werden vom Verlag nur nach ausdrücklicher Vereinbarung zur Verfügung gestellt.**

## Die Termine

Für Druckunterlagen, die nach dem in den Mediadaten genannten Druckunterlagenschluss eingehen, übernimmt der Verlag keine Haftung. Druckunterlagen in anderen Formaten als dem Standardformat können nur nach vorheriger Vereinbarung und bei Anlieferung **fünf Werktage vor dem angegebenen Druckunterlagenschluss** bearbeitet werden. Bei zum Druckunterlagenschluss unvollständigen oder fehlerhaften digitalen Druckunterlagen behält sich der Verlag vor, ohne Rückfrage die vorhandenen Daten so zu bearbeiten, dass sie dem gewünschten Ergebnis möglichst nahe kommen, insbesondere Schriftsubstitution und Konvertierung von Farbmodellen. Reklamation aufgrund fehlerhafter oder abweichender Wiedergabe ist in diesem Fall nicht möglich.

## Technische Daten

Bitte verwenden Sie bei der Herstellung Ihrer Druckvorlage die nachfolgenden technischen Daten. Überfüllungsinformationen der Originalprogramme werden nicht berücksichtigt, bereits separierte Daten können nicht verwendet werden. Bei composit PDF-Dateien wird das Trapping in unserem Workflow nach Bedarf errechnet. Sollen Elemente gezielt überdrucken, muss das gesondert gekennzeichnet werden (Ausdruck mit deutlichem Vermerk). Für Logo-Anzeigen liefern Sie bitte skalierbare Vektordaten. Frei/auf Weiß stehende Logos platzieren wir auf Weiß in einen Rahmen in Anzeigengröße (2mm Rand), bei Hintergrundfarbe ohne Rahmen.

Format:	PDF/X3 ISO 15930-6	• Bilddaten müssen eingebettet sein
Auflösung Farbbilder:	mind. 300 DPI	• Schriften müssen eingebettet sein
Auflösung Graustufen-Bilder:	mind. 200 DPI	• OPI-Kommentare sind verboten
Auflösung S/W-Grafiken:	mind. 1200 DPI	• Transferkurven sind verboten
Farbskala:	CMYK nach Euroscala Fogra-Standard	• TrimBox muss definiert sein
Empfohlenes Farbprofil:	ISO Coated v2 (ECI)	• BleedBox muss definiert sein und enthält den Beschnitt
Anschnitt-Zugabe:	mind. 3 mm	• Kommentare und Formularfelder sind verboten
<b>Logo-Veröffentlichungen:</b>	Seitenverhältnis 2:1	• Verschlüsselung ist verboten
	Skalierbare Vektordaten, 2mm Rand	• PDF Version 1.3 (Kompatibilität zu Acrobat 4)
		• Transparenzen sind verboten

## Die Datenübertragung

Für die Übermittlung Ihrer Daten an den Verlag sehen Ihnen folgende Übertragungswege zur Verfügung:

E-Mail: [anzeigen@hightext.de](mailto:anzeigen@hightext.de), Umfang bis ca. 20 MByte  
FTP: [ftp.hightext.de](ftp://ftp.hightext.de), Username: kunde, Kennwort: hightext  
Datenträger: DVD-R/RW und CD-R/RW

Postadresse: Farbproofs und Datenträge senden Sie bitte an folgende Postadresse:

HighText Verlag Graf und Treplin OHG  
Anzeigendisposition  
Wilhelm-Riehl-Straße 13  
80687 München

**Diese Vorgaben sind Bestandteil der allgemeinen Geschäftsbedingungen. Darauf wurde in den AGB bereits hingewiesen. Der Verlag bemüht sich, seine Kunden auf mögliche technische Probleme bei Druckvorlagen hinzuweisen. Eine Verpflichtung zur technischen Prüfung besteht jedoch nicht. Es liegt in der Verantwortung des Kunden, einwandfreie Druckvorlagen zu liefern.**

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen

1. "Anzeigenauftrag" im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift oder einer elektronischen Publikation 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. 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 höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer 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. Für elektronische Verbreitungsaufträge, die zu einem bestimmten Termin gebucht sind, gilt ein Anzeigenschluss von 14 Tagen vor dem gebuchten Termin.
6. 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. Beilagen- und Beihefteraufträge sowie elektronische Kampagnen sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend. Werbemittel, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Publikation erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort "Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.
7. Für rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen, Beilagen und elektronischer Werbemittel ist der Auftraggeber verantwortlich. Eine Anzeige ist auch dann zur Zahlung fällig, wenn der Auftraggeber die Vorlage nicht rechtzeitig anliefert und die Anzeige nicht bis zum Anzeigenschluss storniert. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen müssen digital übertragen werden, es gelten die Vorgaben für Datenformate und Übertragung von Druckdaten/Onlinewerbe-Vorlagen als Vertragsbestandteil.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigen Abdruck der Anzeigen bzw. fehlerhafter Ausführung elektronischer Werbeformen Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber das Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind - auch bei telefonischer Auftragserteilung - ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die entsprechende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für den Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlers zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von einfachen Erfüllungsgehilfen; 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 innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
9. Schaltet der Auftraggeber einen kostenpflichtigen Eintrag bei einem kostenfreien redaktionellen Text (beispielsweise ein Logo bei einem Firmeneintrag), so hat der Auftraggeber nur dann Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz, wenn der kostenpflichtig geordnete Teil ganz oder teilweise unleserlich, un-

richtig oder unvollständig abgedruckt wurde. Bei fehlerhaftem redaktionellen Text besteht kein Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz der Anzeige.

10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen Entgelt geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Eventuell notwendige oder angeforderte Nacharbeiten an Druckvorlagen sowie Motivwechsel werden nach Aufwand in Rechnung gestellt.
11. Platzierungsvorschriften sind nur nach schriftlicher Bestätigung des Verlags gültig. Platzierungswünsche bei Beilagen sind ausgeschlossen.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages 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 dem Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.
14. Kosten für die Anfertigung bestellter Layouts und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
15. Aus einer Auflagenminderung kann bei 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 tatsächlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Auflagenminderung berechtigt nur dann zur Preisminderung, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren mehr als 50 v. H. und darüber 25 v. H. beträgt.
16. Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebsweg oder bei fehlerhafter Darstellung elektronischer Werbeformen bei einzelnen Nutzern/Empfängern.
17. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden auf dem normalen Postweg oder per E-Mail weitergeleitet. 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. Abbestellungen von Anzeigen- und Beilagenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Stornierungen von Anzeigenaufträgen für spezifische Ausgaben, Sonderpublikationen oder Platzierungen sind nur möglich, sofern dies ausdrücklich vereinbart wurde. Der Verlag kann die entstandenen Satz- bzw. Produktionskosten in Rechnung stellen. Ist kein Anzeigenschluss definiert, gilt eine Frist von 14 Tagen bis zum vereinbarten Veröffentlichungstermin als letzter Stornotermin.
19. Höhere Gewalt, Betriebsstörungen, Streik usw. entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.
20. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter aus Verstößen der Anzeigen gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere des Wettbewerbs- und Urheberrechts, frei.
21. Der Verlag akzeptiert ausschließlich elektronische Druckunterlagen und Vorlagen für andere Werbeformen. Eine Pflicht zur Aufbewahrung besteht nicht. Im Auftrag des Kunden hergestellte Motive werden dem Kunden digital zur Verfügung gestellt.
22. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen haftet der Verlag nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.
23. Jeglicher Nachlass entfällt bei Konkurs, Insolvenz und Zwangsvergleich.
24. 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.

**HighText Verlag Graf und Treplin OHG, Wilhelm-Riehl-Str. 13 80687 München,  
(089) 578387-0, [anzeigen@hightext.de](mailto:anzeigen@hightext.de), [www.hightext.de](http://www.hightext.de)**