blgastro.de



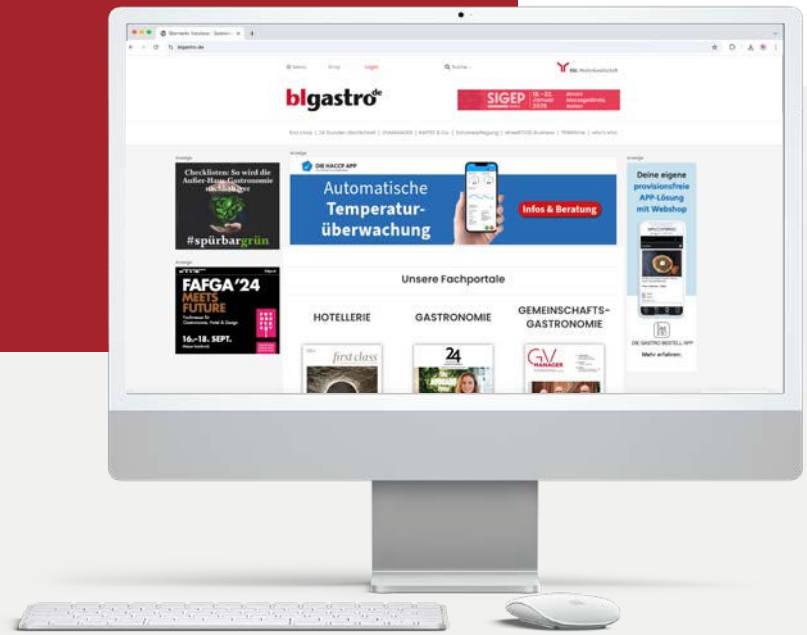


2027

MEDIADATEN

Online-Branchenportale
mit **blgastrotrends.de**

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG



UNSER blgastro.de BRANCHENPORTAL

blgastro.de: Im Gegensatz zu klassischen Nachrichtenportalen stehen unsere Branchenplattformen für gezielte Marktinformationen, zugeschnitten auf die Zielgruppen des Außer-Haus-Marktes. Die User finden anwenderorientierte Hintergrundberichte, Reportagen, Best-Practice-Beispiele und vieles mehr für eine nachhaltige und erfolgreiche Untermehmensführung.

- Unsere Werbeformen werden ausnahmslos auf allen Endgeräten, sei es Desktop-Computer, Tablet oder Smartphone, ausgespielt.
- Die Branchenplattformen sind responsive und passen sich allen Endgeräten an.
- Dreimal pro Woche erscheinen regelmäßige Newsletter für registrierte User mit hohen Öffnungs- und Klickraten.
- Zu marktrelevanten Terminen und Themen versenden wir Sondernewsletter.
- Möglich sind Werbemaßnahmen zielgruppenorientiert für einzelne Teilmärkte sowie auch branchenübergreifend (Run-of-site).

Unsere Werbeformen werden ausnahmslos auf allen Endgeräten ausgespielt!

VERLAG:
B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München

POSTANSCHRIFT:
Postfach 21 03 46, 80673 München

KONTAKT:
Telefon: +49 (0) 89/370 60-0
Fax: +49 (0) 89/370 60-111
E-Mail: muc@blmedien.de
Homepage: www.blgastro.de

IHRE WERBUNG
UNSER blgastro.de PORTAL

GV MANAGER · 24 STUNDEN GASTLICHKEIT · first class · Schulverpflegung · KAFFEE & Co. · street FOOD · TRINK

blgastro.de bietet zielgruppenorientierte Einzelplattformen für alle Branchen des HoReCa-/Außer-Haus-Marktes an. Im Gegensatz zu klassischen Nachrichtenportalen stehen unsere Branchenplattformen für gezielte Marktinformationen, zugeschnitten auf die Zielgruppen. Die User finden anwenderorientierte Hintergrundberichte, Reportagen, Best-Practice-Beispiele und vieles mehr für eine nachhaltige und erfolgreiche Unternehmensführung. Die Branchenplattformen sind responsive und passen sich allen Endgeräten an.

blgastro.de
Mehr Informationen auf
www.blgastro.de



NEWSLETTER

Zweimal pro Woche erscheinen regelmäßige Newsletter für registrierte User mit hohen Öffnungs- und Klickraten. Zu marktrelevanten Terminen und Themen versenden wir Sondernewsletter.

BANNER

Unsere Werbeformen werden ausnahmslos auf allen Endgeräten, sei es Desktop-Computer, Tablet oder Smartphone, ausgespielt.

ADVERTORIAL

Content-Marketing-Tool, das sich nahtlos in den redaktionellen Inhalt auf der Homepage oder im Newsletter einfügt. Advertorials müssen als Anzeige gekennzeichnet werden.

UNSERE KOMPETENZ
IHRE ANSPRECHPARTNER

VERLAGSLEITUNG:
Sebastian Lindner
+49 (0) 89/370 60-215
s.lindner@blmedien.de

STV. VERLAGSLEITUNG:
Basak Aktas
+49 (0) 89/370 60-270
b.aktas@blmedien.de

DISPOSITION:
Felix Hesse
+49 (0) 89/370 60-261
f.hesse@blmedien.de

VERTRIEB:
Basak Aktas (verantwortlich)
+49 (0) 89/370 60-270
Roland Ertl
+49 (0) 89/370 60-271

MEDIABERATUNG:
Sebastian Lindner (Leitung)
+49 (0) 89/370 60-215
s.lindner@blmedien.de
Concetta Herion
+49 (0) 89/370 60-240
c.herion@blmedien.de
Rocco Mischok
+49 (0) 89/370 60-220
r.mischok@blmedien.de
Bernd Moeser
+49 (0) 89/370 60-200
b.moeser@blmedien.de
Kilian Roth
+49 (0) 89/370 60-246
k.roth@blmedien.de
Rainer Lapp
+49 (0)89/18 92 19-00
r.lapp@blmedien.de



SEBASTIAN LINDNER
Verlagsleitung
+49 (0) 89/370 60-215
s.lindner@blmedien.de



MICHAEL TEODORESCU
Chefredakteur
+49 (0) 89/370 60-175
m.teodorescu@blmedien.de

ONLINE WERBEFORMEN RUN-OF-SITE

Diese Werbeformen werden branchenübergreifend auf allen Fachportalen von blgastro.de ausgespielt.

GV MANAGER · 24 STUNDEN GASTLICHKEIT · first class · Schulverpflegung · KAFFEE & co. · street FOOD · TRINK



Skyscraper und Rectangle können rechts oder links eingespielt werden.

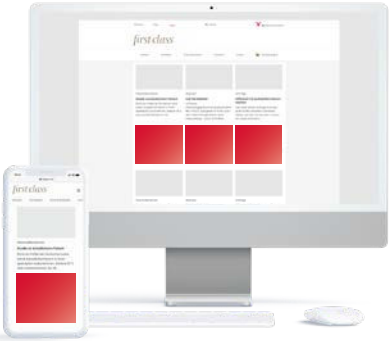
BILLBOARD		KOPFBANNER		SKYSCRAPER		RECTANGLE	
Größe:	940 x 250 Pixel	Größe:	468 x 60 Pixel	Größe:	200 x 600 Pixel	Größe:	300 x 250 Pixel
Größe mobil:	300 x 480 Pixel (Pop-Up)	Größe mobil:	300 x 120 Pixel	Größe mobil:	300 x 120 Pixel	Größe mobil:	300 x 250 Pixel
Laufzeit:	2 Wochen	Laufzeit:	2 Wochen	Laufzeit:	2 Wochen	Laufzeit:	2 Wochen
Preis:	4.300,- €	Preis:	1.850,- €	Preis:	3.600,- €	Preis:	3.300,- €

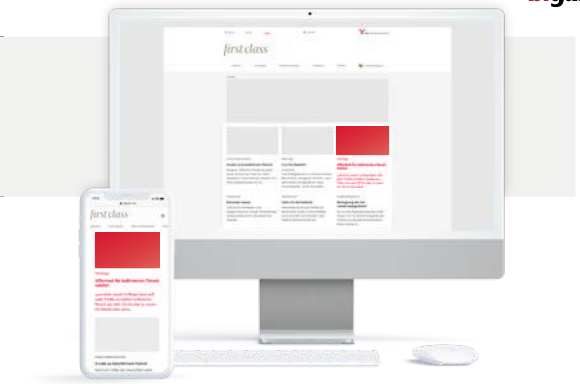
Preisliste gültig ab 1. Januar 2027
Wir akzeptieren die Dateiformate GIF, JPEG und HTML. Bannergrößen bis maximal 50 kB.

ONLINE **WERBEFORMEN**

auf den Seiten **eines** Fachportals







CONTENT AD

Direkte Verlinkung auf eine gewünschte URL

Laufzeit: 2 Wochen, festgepinnt
Preis: 1.100,- €

ADVERTORIAL

Verlinkung auf den kompletten Artikel auf blgastro*/Industrie und von dort eine Verlinkung auf eine gewünschte URL

Laufzeit: 2 Wochen, festgepinnt
Preis: 1.600,- €

Benötigtes Material für Advertorials:

- Text / Pressemeldung mit mindestens 300 Wörtern zur SEO-Optimierung
- 1 bis 3 Bilder (ohne Text oder Logo im Bild) im Querformat Bildformat für das Headerbild idealerweise 940 x 500 Pixel (ca. 33 x 18 cm), 72 dpi

Mehrere Fachportale können kombiniert werden.
Jedes weitere Fachportal: zzgl. 15 %

Folgende Fachportale sind buchbar:

GV MANAGER · 24 BUSINESS GASTLICHKEIT · first class · Schulverpflegung · KAFFEE & CO. · street FOOD · TRINK

LEADERBOARD Fachportal		**RECTANGLE** Fachportal	
Größe:	728 x 90 Pixel	Größe:	300 x 250 Pixel
Größe mobil:	300 x 250 Pixel	Größe mobil:	300 x 250 Pixel
Laufzeit:	2 Wochen	Laufzeit:	2 Wochen
Preis:	1.450,- €	Preis:	1.150,- €

Preisliste gültig ab 1. Januar 2027
Wir akzeptieren die Dateiformate GIF, JPEG und HTML. Bannergrößen bis maximal 50 kB.

NEWSLETTER WERBEFORMEN

Diese Werbeformen erscheinen im Newsletter von blgastro.de – 3 x wöchentlich versendet



ADVERTORIAL als Top-News	**ADVERTORIAL** als News	**MEGABANNER** im Newsletter	**RECTANGLE** im Newsletter
Benötigtes Material: • Text/Pressemeldung mit mind. 300 Wörtern zur SEO-Optimierung • 1 bis 3 Bilder (ohne Text oder Logo im Bild) im Querformat, Bildformat für das Headerbild idealerweise 940 x 500 Pixel (ca. 33 x 18 cm)	Benötigtes Material: • Text/Pressemeldung mit mind. 300 Wörtern zur SEO-Optimierung • 1 bis 3 Bilder (ohne Text oder Logo im Bild) im Querformat, Bildformat für das Headerbild idealerweise 940 x 500 Pixel (ca. 33 x 18 cm)	Größe: 520 x 215 Pixel Größe mobil: 300 x 250 Pixel	Größe: 300 x 250 Pixel Größe mobil: 300 x 250 Pixel
Laufzeit: einmalig	Laufzeit: einmalig	Laufzeit: 1 Woche, 3 Schaltungen	Laufzeit: 1 Woche, 3 Schaltungen
Preis: 1.950,- €	Preis: 1.650,- €	Preis: 2.485,- €	Preis: 1.950,- €

Preisliste gültig ab 1. Januar 2027
Wir akzeptieren die Dateiformate GIF, JPEG und HTML. Bannergrößen bis maximal 50 kB.

ONLINE WERBEFORMEN

Branchen-Online-Paket

Optimale Aufmerksamkeit durch die Präsenz über 4 Wochen



BRANCHEN-ONLINE-PAKET

1. Woche	Ihr Advertorial als Beitrag in der Rubrik Industrie und als Beitrag im Newsletter der gleichen Woche *(mindestens 300 Wörter + Bild im Querformat)* Mögliche Kategorien in der Rubrik Industrie: Technik, Food & Beverage, Ausstattung, Digital *(Die Rubrik Industrie wird auf allen Fachportalen identisch ausgespielt)*
2. Woche	Rectangle im Newsletter (300 x 250 Pixel) Laufzeit 1 Woche = 3 Veröffentlichungen
3. Woche	Neues Advertorial als Beitrag in der Rubrik Industrie und als Beitrag im Newsletter der gleichen Woche *(mindestens 300 Wörter + Bild im Querformat)*
4. Woche	Rectangle im Newsletter (300 x 250 Pixel) Laufzeit 1 Woche = 3 Veröffentlichungen

Benötigtes Material für Advertorials:

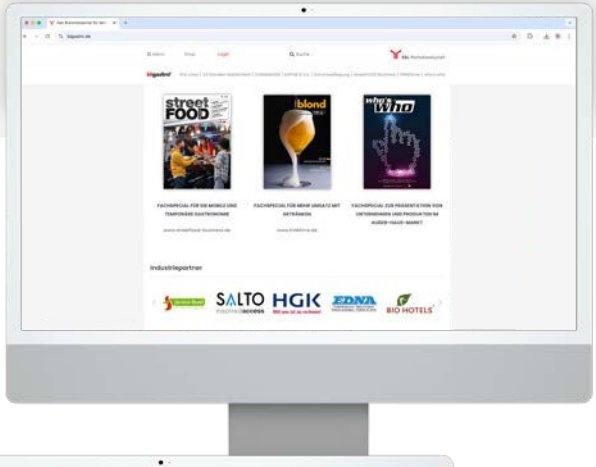
- Text/Pressemeldung mit mind. 300 Wörtern zur SEO-Optimierung
- 1 bis 3 Bilder (ohne Text oder Logo im Bild) im Querformat
- Bildformat für das Headerbild idealerweise 940 x 500 Pixel (ca. 33 x 18 cm)

Preis: 3.950,- €

Preisliste gültig ab 1. Januar 2027
Wir akzeptieren die Dateiformate GIF, JPEG und HTML. Bannergrößen bis maximal 50 kB.

ONLINE WERBEFORMEN

Industriepartner-Link

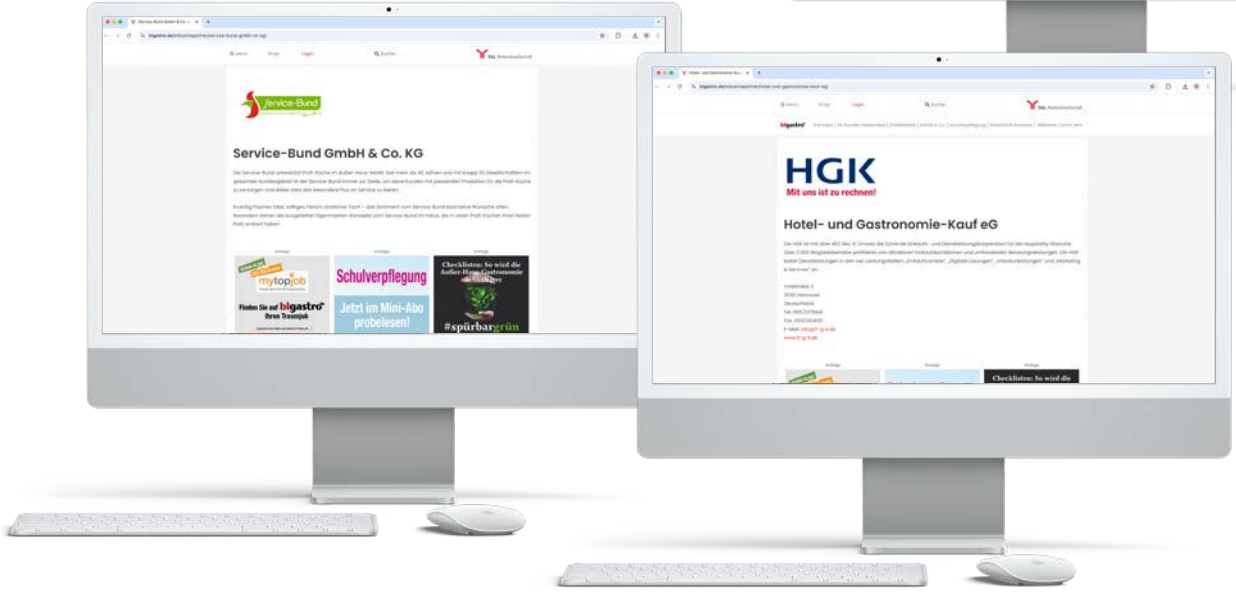


INDUSTRIEPARTNER-LINK

Sichtbar in der Rubrik Industrie in der
Kategorie Industriepartner und auf der Startseite
(Logo, Kontaktdaten, Kurzbeschreibung und Verlinkung)

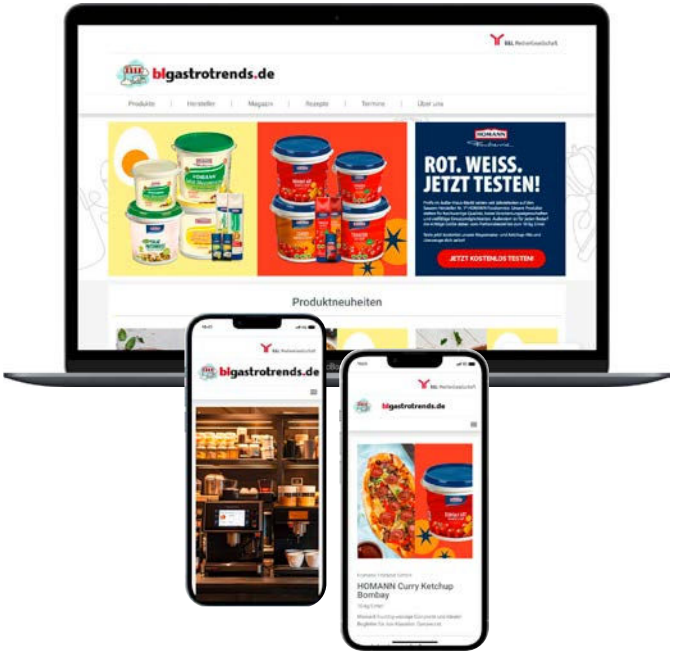
Laufzeit: 1 Jahr

Preis: 480,- €



ONLINE WERBEFORMEN
blgastrotrends.de

Der Marktplatz für Trendprodukte im Außer-Haus-Markt
mit direkter Zielgruppen-Ansprache via Social Media



DIE BRÜCKE ZWISCHEN GASTRONOMEN UND INDUSTRIE:

blgastrotrends.de ist eine innovative und effiziente Plattform, die Gastronomen und die Industrie auf einzigartige Weise zusammenbringt. Auf den Kanälen Website, Social Media (Instagram und Facebook) und Newsletter können Produkte und Dienstleistungen präsentiert werden

VORTEIL FÜR GASTRONOMEN:

Trends entdecken, testen und bestellen

VORTEIL FÜR UNTERNEHMEN:

Präsentieren, Leads generieren, forschen und wachsen

DIE LEISTUNGEN:

- Unternehmensprofil mit Beschreibung, Kontaktdaten Website, Bild/Logo
- Produktseiten mit vielfältigen Produktinformationen, Bildergalerie, Video usw.
- Rezepte, Rezeptrechner, Anwendungsbeispiele mit Bildergalerie
- Ein beworbener Social-Media-Push zur Leadgenerierung auf und an die gewünschte Ziegruppe

PREIS: 4.900,00 € (Netto/Netto) **LAUFZEIT: 1 JAHR**

Jeder weitere Social-Media-Push:
mindestens 490,- € bzw. nach Budgetvorgabe

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Werbung in Online-Medien

1. Vorbemerkung: Die folgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend AGB) gelten für Verträge über die Schaltung von Werbemitteln und Eintragungen in elektronischen Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet (nachfolgend kurz „Online-Medien" genannt), mit B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG (im Folgenden „Verlag" genannt). Andere Vertragswerke gelten nicht, auch soweit einzelne Regelungen in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht enthalten sind. Für Werbe- und Eintragungsaufträge, die sich sowohl auf Online-Medien als auch auf Zeitschriften beziehen, gelten jeweils die AGB desjenigen Mediums, in dem der jeweilige Werbe- und Eintragungsauftrag vertragsgemäß erfolgen soll.

2. Werbe-/Eintragungsauftrag: „Werbeauftrag" im Sinne der nachfolgenden AGB ist der Vertrag über die Schaltung eines oder mehrerer Werbemittel (z.B. Internetbanner) in Online-Medien zum Zwecke der Verbreitung. „Eintragungsauftrag" im Sinne der nachfolgenden AGB ist der Vertrag über die Schaltung eines Eintrages oder mehrerer Einträge (z.B. Firmenlink oder Advertorial) in Online-Medien zum Zwecke der Verbreitung.

3. Werbemittel: Ein Werbemittel im Sinne dieser AGB kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (z.B. Banner),
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link). Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

4. Eintragungen: Eine Eintragung im Sinne dieser AGB kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- einem Eintrag in ein Verzeichnis in Form eines Datensatzes,
- einer ausführlichen Information des Auftraggebers als Anhang zum jeweiligen Datensatz,
- einem Link auf einen elektronischen Informations- und Kommunikationsdienst des Auftraggebers,
- der Schaltung einer E-Mail-Verbindung zum Auftraggeber.

5. Vertragsschluss: Der Vertrag kommt, vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen, grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen immer die AGB des Verlags zugrunde. Soweit Werbeaufträge durch Werbeagenturen erteilt werden, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Der Verlag ist grundsätzlich berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

6. Abwicklungsfrist: Werbe- und Eintragungsaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Bei Änderungen der Preise treten mangels anderer Vereinbarungen die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

7. Nachlasserstattung: 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 Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

8. Ablehnungsbefugnis:

Der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen gesetzliche oder behördliche Bestimmungen verstößt, oder vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages unzumutbar ist.

Der Verlag ist ebenfalls berechtigt ein bereits veröffentlichtes Werbemittel bzw. einen Eintrag zurückzuziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich inhaltliche Änderungen des Werbemittels vornimmt oder die Daten, auf die durch einen Link verwiesen wird, nachträglich verändert und hierdurch die im Absatz 1 aufgeführten Voraussetzungen erfüllt werden.

Dies gilt auch für Aufträge, die an den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Datenanlieferung: Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, dem Format oder technischen Vorgaben des Verlags entsprechende Werbemittel/Einträge rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Der Verlag ist grundsätzlich nicht verpflichtet, Werbemittel oder Eintragungen über den Zeitpunkt der letztmaligen Verbreitung hinaus aufzubewahren. Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte Änderungen des Werbemittels/Eintrages trägt der Auftraggeber.

10. Rechtegewährleistung: Der Auftraggeber versichert, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels/Eintrages erforderlichen Rechte besitzt und stellt den Verlag im Rahmen des Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Der Verlag wird von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Dem Verlag werden sämtliche, für die Nutzung der Werbung in Online-Medien, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte durch den Auftraggeber übertragen, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen zeitlichen und inhaltlichen Umfang. All diese Rechte werden örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

11. Gewährleistung des Verlags: Der Verlag gewährleistet eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels/Eintrags. Jedoch ist dem Auftraggeber bewusst, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel/Einträge liegt vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens
- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware (z.B. Browser)
- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Hardware
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannte-n Proxies (Zwischenspeichern)
- durch Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent des vertraglich vereinbarten Schaltungszeitraums) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels/Eintrags hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlagen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, besteht ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Sind etwaige Mängel bei den Werbungs-/Eintragungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Dies gilt auch bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hingewiesen wurde.

12. Leistungsstörungen: Wenn die Auftrags-Durchführung aus Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), ausfällt, z.B. wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nachgeholt. Der Vergütungsanspruch des Verlages bleibt bestehen, sofern die Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung erfolgt.

13. Haftung: Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Verlags, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens. Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Die gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

14. Preisliste: Es gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet oder anderen Medien veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen/-mittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen an die Preislisten des Verlags zu halten.

15. Zahlungsverzug: Bei Eintritt von Zahlungsverzug entstehen Verzugszinsen nach den gesetzlichen Maßgaben sowie ggf. weiterer Verzugsschaden. Zugesagte Rabatte entfallen, wenn der Auftraggeber die Rechnung nicht pünktlich bezahlt. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Schaltungen Vorauszahlung verlangen. Bei Insolvenz oder Vergleich/Moratorium entfällt rückwirkend für das Kalenderjahr jeglicher Nachlass.

16. Kündigung: Kündigungen von Werbe-/Eintragungsaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

17. Datenschutz: Der Werbe-/Eintragungsauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

18. Erfüllungsort/Gerichtsstand: Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand für beide Teile ist der Sitz des Verlages. Die vertraglichen Beziehungen unterliegen dem deutschen Recht.