

Preisliste

Nr. 48

Gültig ab 01.01.2023



Auflagenkontrolle
der Anzeigenblätter

BVDA



Geprüfte
Prospektzustellung

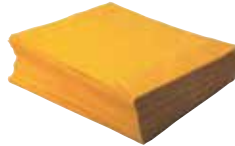
BVDA

Bundesverband Deutscher
Anzeigenblätter

BVDA

EXTRA Verlagsgesellschaft mbH
Marktplatz 5
30853 Langenhagen

Verlagsangaben



EXTRA Verlagsgesellschaft mbH

Postanschrift:
Marktplatz 5
30853 Langenhagen

Telefon: 0511/728 08 10
E-Mail: service@wedemark-echo.de
service@langenhagener-echo.de
Internet: www.extra-verlag.de

Bankverbindung:



Commerzbank (BLZ 250 800 20)
Kto.: 740 664 200
IBAN: DE26250800200740664200
BIC: DRESDEFF250
Steuernummer: 27/200/41496

Zahlungsbedingungen

Rein netto spätestens 14 Tage nach Rechnungsdatum,
Gelegenheitsanzeigen und Anzeigen unter 50,- € (ohne MwSt.)
nur gegen Vorkasse oder Bankeinzug.
Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Rabatte

% Nachlässe auf gewerbliche Anzeigen

Rabatte für Anzeigenabschlüsse gelten für eine Laufzeit von 12 Monaten, gerechnet ab Abschlussdatum.

Rabatte nach Malstaffel

Abschlussrabatte auf die Gesamt-Stückzahl der Anzeigenschaltungen innerhalb der Laufzeit:

| | |
|------|----------------|
| 5 % | ab 6 Anzeigen |
| 10 % | ab 12 Anzeigen |
| 15 % | ab 24 Anzeigen |
| 20 % | ab 48 Anzeigen |

Rabatte nach Mengengrößenstaffel

Abschlussrabatte auf die Gesamt-mm der Anzeigenschaltungen innerhalb der Laufzeit:

| | |
|------|--------------|
| 5 % | ab 3.000 mm |
| 10 % | ab 5.000 mm |
| 15 % | ab 10.000 mm |
| 20 % | ab 20.000 mm |

AE-Provision: 15% vom Grundpreis

Jeglicher Nachlass entfällt bei Zahlungsverzug (§264 BGB oder bei Insolvenzverfahren und Zwangsvergleichen).

Berechnung

Anzeigenformate

Bei variabler Höhe der Anzeige stehen Ihnen sechs verschiedene Spaltenbreiten zur Auswahl (ganze Seite = 280 x 430 mm)

| |
|-----------------------|
| 1-spaltig = 45 mm |
| 2-spaltig = 92 mm |
| 3-spaltig = 139 mm |
| 4-spaltig = 186 mm |
| 5-spaltig = 233 mm |
| 6-spaltig = 280 mm |

Preisberechnung

Der Preis Ihrer Anzeige ermittelt sich aus:

Anzeighöhe in mm x Anzahl der Spalten
= Anzahl der Anzeigen-mm

x Preis je mm = Anzeigenpreis s/w

Direktpreise gelten für Sie, wenn Sie gleichzeitig Werbender und Rechnungsempfänger sind.

Grundpreise gelten für Werbeagenturen.

Unsere Rabattstaffel finden Sie auf Seite 3.

Ein Beispiel:

Diese Musteranzeige hat das Format

50 mm/2-spaltig („Visitenkartengröße“)

50 mm Anzeighöhe x 2 Spalten = 100 Anzeigen-mm

Bei einer Schaltung in der Ausgabe des Langenhagener Echo

(Preis je mm: 1,15 €)

käme die Anzeige auf einen s/w-Preis von 115,- € zzgl. Mwst.

Einzelausgaben



Wedemark Echo seit 1965

Anzeigenschluss: Mittwoch 16 Uhr

Belegungseinheit:

Erscheinungsweise:

Verbreitung:

Auflage:

Wedemark Echo/Schwarmstedter Echo

wöchentlich samstags an alle erreichbaren Haushalte

Gemeinde Wedemark mit Ortsteilen, Schwarmstedt/Umgebung

20.520 Exemplare

Anzeigenpreise s/w je mm/Spalte

Direktpreis 1,13 €

Grundpreis 1,30 €

Anzeigenpreise inkl. 1 Zusatzfarbe je mm/Spalte*

Direktpreis 1,23 €

Grundpreis 1,47 €

Anzeigenpreise inkl. 2/3 Zusatzfarben je mm/Spalte*

Direktpreis 1,28 €

Grundpreis 1,57 €

Platzierungsaufschlag

50% auf den mm-Preis



Langenhagener Echo seit 1950

Anzeigenschluss: Mittwoch 16 Uhr

Erscheinungsweise:

Verbreitung:

Auflage:

wöchentlich samstags an alle erreichbaren Haushalte

Stadt Langenhagen mit allen Ortsteilen

29.170 Exemplare

Anzeigenpreise s/w je mm/Spalte

Direktpreis 1,17 €

Grundpreis 1,39 €

Anzeigenpreise inkl. 1 Zusatzfarbe je mm/Spalte*

Direktpreis 1,27 €

Grundpreis 1,53 €

Anzeigenpreise inkl. 2/3 Zusatzfarben je mm/Spalte*

Direktpreis 1,32 €

Grundpreis 1,63 €

Platzierungsaufschlag

50% auf den mm-Preis

Kleinanzeigen

Rubrikanzeigen im **Kleinanzeigenteil** sind nur in Gesamtausgaben möglich (siehe Seite 7)

Kombination Langenhagener Echo/Wedemark Echo



Wochenendausgabe

Erscheinungsweise:

Verbreitung:

Auflage:

Anzeigenpreise s/w je mm/Spalte

Anzeigenpreise inkl. 1 Zusatzfarbe je mm/Spalte*

Anzeigenpreise inkl. 2/3 Zusatzfarben je mm/Spalte*

Platzierungsaufschlag

wöchentlich samstags an alle erreichbaren Haushalte

Stadt Langenhagen, Gemeinde Wedemark,

Schwarmstedt/Umgebung

49.700 Exemplare

Direktpreis 1,91 €

Direktpreis 2,13 €

Direktpreis 2,24 €

50% auf den mm-Preis

Anzeigenschluss: Mittwoch 16 Uhr

Grundpreis 2,28 €

Grundpreis 2,50 €

Grundpreis 2,62 €

Rubrikenanzeigen

Rubrikenanzeigen:

Anzeigen, die im Kleinanzeigenteil unter einer bestimmten Rubrik platziert werden sollen, erscheinen grundsätzlich in Gesamtausgaben.
Anzeigenschluss: Mittwoch 16 Uhr.

Fließsatzanzeigen:

Sie sind 1-Spaltig (siehe Seite 4) und bestehen ausschließlich aus Text in einem standardisierten Schrifttyp. Veröffentlichung nur gegen Vorkasse oder Bankeinzug.

Gestaltete Anzeigen:

Sie enthalten Elemente wie Rahmen, Grafiken, Fotos, abweichende Schriften usw. und sind bezüglich der Größe ebenso variabel wie Anzeigen im redaktionellen Teil der Zeitung.

Gewerbliche Rubrikenanzeigen:

Fließsatz- und gestaltete Anzeigen werden nach Höhe und Spaltenzahl berechnet.

Private Kleinanzeigen:

Sie werden nach Zeilenzahl berechnet:
je Zeile 2,58 € (1. Zeile groß + fett: 5,16 €) inkl. MwSt.

Separate Rechnung erhöht den Preis um 5,84 €.

Private Familienanzeigen:

Gestaltungsmöglichkeiten und Formate wie bei gewerblichen Anzeigen:
je mm/Spalte 1,05 € inkl. MwSt., Farbanzeigen + 20,77 € Aufschlag.

Kombination ECHO + Marktspiegel
je mm/Spalte 1,76 € inkl. MwSt., Farbanzeigen + 20,77 € Aufschlag.

Chiffre-Gebühr:

Bei Abholung 7,19 €
Bei Zusendung 10,79 €



Übersicht Kombinationsgebiete

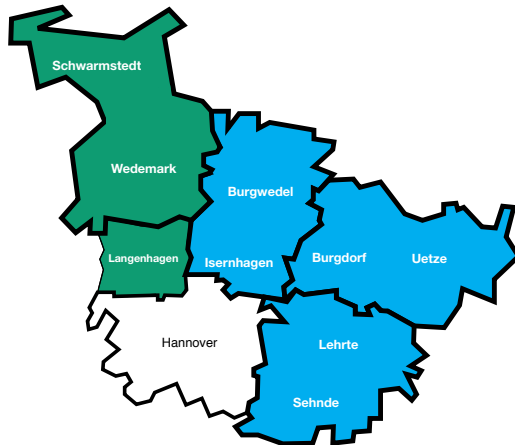


Urlaub am Kaspischen Meer
Trotz Kälte immer noch ein toller Ort

Kombinationsanzeigen

Kombinationsausgaben Echo und Marktspiegel

Unsere Kombinationsausgaben bieten Ihnen für jeden Schaltungswunsch den optimalen Einzugsbereich. Mit deutlichen Preisvorteilen gegenüber den Einzelbelegungen können Sie die starken Echo- und Marktspiegeltitel maßgeschneidert für Ihre erfolgreiche Insertion nutzen. Das ECHO erscheint im Berliner Format, der Marktspiegel im Rheinischen Format.



| Kombinationstitel | Auflage | Wochenende | | | Grundpreis | | |
|---|---------|------------|--------|--------|------------|--------|--------|
| | | s/w | 1 ZF* | 4 C* | s/w | 1 ZF* | 4 C* |
| Langenhagener Echo/ Marktspiegel Burgwedel-Isernhagen | 50.970 | 2,18 € | 2,38 € | 2,52 € | 2,57 € | 2,81 € | 2,94 € |
| Wedemark Echo/ Marktspiegel Burgwedel-Isernhagen | 42.320 | 1,90 € | 2,12 € | 2,22 € | 2,28 € | 2,50 € | 2,63 € |
| Langenhagener Echo/ Wedemark Echo/ Marktspiegel Burgwedel-Isernhagen | 71.490 | 2,49 € | 2,73 € | 2,84 € | 2,91 € | 3,24 € | 3,35 € |
| Langenhagen Echo/ Wedemark Echo/ Marktspiegel Burgwedel-Isernhagen, Burgdorf-Lehrte | 127.900 | 4,51 € | 4,99 € | 5,18 € | 5,32 € | 5,86 € | 6,13 € |

* ZF = Zusatzfarbe, 4C = 4-farbig, Mindestgrößen für Farbanzeigen 200 mm

Individuelle Kombinationen

Mit dem Echo in die angrenzenden Verbreitungsgebiete

Unsere Kombinationstitel in der Region Hannover erscheinen jeweils im Rheinischen Format. Abweichend davon erscheinen **Neustädter Zeitung, Wunstorfer Stadtanzeiger, Schaumburger Wochenblatt, Springe / Bad Münder** im Berliner Format.

Die einzelnen Ausgaben sind je Erscheinungstermin beliebig kombinierbar.

Kombinationspreise gelten ab der Belegung von min. 2 Ausgaben.

Weitere Titel/Belegungsbereiche auf Anfrage.

| Kombinationstitel | Wochenende | | | | | | |
|--|------------|-------------|--------|-----------------------|------------|--------|---------|
| | Auflage | Direktpreis | | | Grundpreis | | |
| | | s/w | 1 ZF* | 4 C* | s/w | 1 ZF* | 4 C* |
| Hannover-Ost | 66.530 | 1,64 € | 1,79 € | 1,87 € | 1,91 € | 2,11 € | 2,22 € |
| Hannover-Süd | 46.190 | 1,63 € | 1,77 € | 1,85 € | 1,91 € | 2,10 € | 2,18 € |
| Hannover-West | 52.930 | 1,57 € | 1,74 € | 1,82 € | 1,85 € | 2,06 € | 2,15 € |
| Hannover-Nord | 40.360 | 1,55 € | 1,69 € | 1,75 € | 1,81 € | 1,99 € | 2,09 € |
| Garbsen/Seelze | 50.640 | 1,40 € | | + 25,- € Farbzuschlag | | | |
| Laatzen/Hemmingen/Pattensen | 35.720 | 1,15 € | 1,23 € | 1,28 € | 1,30 € | 1,47 € | 1,54 € |
| Ausgabe Burgbergblick, Barsinghausen/ Wennigsen/Gehrden/Ronnenberg | 42.270 | 1,24 € | 1,43 € | 1,43 € | 1,47 € | 1,67 € | 1,67 € |
| Neustadt | 23.305 | --- | --- | 1,31 € | --- | --- | 1,53 € |
| Wunstorf | 31.280 | --- | --- | 1,82 € | --- | --- | 2,10 € |
| Schaumburg | 72.660 | --- | --- | 2,47 € | --- | --- | 2,84 € |
| Springe/Bad Münder | 25.000 | 1,14 € | 1,29 € | 1,42 € | 1,29 € | 1,46 € | 1,65 € |
| Stadtausgabe Hannover (Ost, Süd, West, Nord) | 206.010 | 5,53 € | 6,08 € | 6,36 € | 6,48 € | 7,13 € | 7,48 € |
| Ausgabe Stadt Hannover, Garbsen/Seelze, Laatzen, Gehrden, Barsinghausen/Wennigsen | 334.640 | 8,30 € | --- | 9,44 € | 9,68 € | --- | 11,13 € |

* ZF = Zusatzfarbe, 4C = 4-farbig, Mindestgrößen für Farbanzeigen 200 mm

Druckunterlagen/technische Hinweise

Anlieferung von Anzeigenvorlagen:

Alle nicht digital angelieferten Vorlagen (Filme, Aufsichtsvorlagen) müssen von uns gescannt werden. Beachten Sie bitte die damit verbundenen Qualitätsverluste.

Digitale Druckunterlagen:

per E-Mail: service@wedemark-echo.de
service@langenhagener-echo.de

Wichtig:

Die Datenübertragung ersetzt nicht den Anzeigenauftrag!
Bitte übermitteln Sie unserer Anzeigenabteilung vorher per Post oder E-Mail Ihren Anzeigenauftrag und legen Sie diesem einen Kontrollausdruck bei.

Dateiformate:

Geeignet zur Verarbeitung sind EPS-Dateien aus Quark XPress, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, In Design und Macromedia Freehand sowie PDF Dateien aus Adobe Acrobat. Farbanzeigen müssen aufgelöst in Prozessfarben (Cyan, Magenta, Yellow, Black) angeliefert werden. Nicht geeignet sind Dateien aus Corel Draw sowie Dateien aus Microsoft Office-Anwendungen (Word, Excel, Powerpoint, Publisher).

Druckverfahren:

Gedruckt wird im Offset-Druckverfahren in CMYK ohne Schmutzfarben.

Satzspiegel:

Die bedruckbare Seite ist 280 x 430 mm (Berliner Format), 6-spaltig, Spaltenbreite 45 mm, 2 mm Zwischenschlag.

Fragen?

Bei Fragen zur Übermittlung digitaler Druckunterlagen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.



Abweichende Hinweise für unsere Kombinationstitel:

Satzspiegel: Rheinisches Format

**Die bedruckbare Seite ist 480 x 327 mm groß,
7-spaltig, Spaltenbreite 45 mm, 2 mm Zwischenschlag**

**(Ausnahmen: Neustädter Zeitung, Wunstorfer Stadtanzeiger und
Schaumburger Wochenblatt im Berliner Format)**

Beilagen

Direktpreis **Grundpreis** **Die Beilagenauflagen können von den angegebenen Auflagen abweichen.**
je 1000 Ex. in € **Bitte sprechen Sie uns an.**

| | | |
|-------|-------|-----------------|
| 62,72 | 73,52 | bis 20 g |
| 68,12 | 79,95 | bis 30 g |
| 5,40 | 6,44 | je weitere 10 g |

Anlieferadressen Wochenend-Titel

Extra Verlag **Cellesche Zeitung**
Langenhagener Echo Bremer Weg 186
Wedemark Echo 29223 Celle
Schwarmstedter Echo OT Klein Hehlen
Anlieferzeit: Mo.–Fr. 8–15 Uhr

Marktspiegel Verlag **Druckzentrum Niedersachsen**
Burgdorfer Nachrichten Beilagenlager MSP
Lehrter Nachrichten Gutenbergstraße 1
Burgwedeler Nachrichten 31552 Rodenberg
Anlieferzeit:
Mo.–Do. 8–16 Uhr; Fr. 8–15 Uhr

MADSACK Medien Hannover **Druckzentrum Niedersachsen**
hallo wochenende Stadtausgaben Beilagenlager MMH HAWE
Umschau Garbsen/Seelze Gutenbergstraße 1
hallo wochenende Laaten 31552 Rodenberg
burgbergblick am Wochenende Anlieferzeit:
Mo.–Do. 8–16 Uhr; Fr. 8–15 Uhr

Neustädter Zeitung/Oppermann Verlag **Bruns Druckwelt GmbH & Co. KG**
Neustädter Zeitung Tor 3, Trippeldamm 20
Wunstorfer Stadtanzeiger/Schaumburger Wochenblatt 32429 Minden
Anlieferzeit:
Mo.–Do. 7–15,15 Uhr; Fr. 7–13 Uhr

Neue Deister Zeitung **Druckzentrum Hottenbergfeld**
hallo wochenende Springe/Bad Münder Carl-Wilhelm-Niemeyer-Str. 15
hallo wochenende Hameln/Bad Pyrmont 31789 Hameln-Rohrsen
Anlieferzeit:
Mo.–Do. 8–15 Uhr; Fr. 8–11 Uhr

Anlieferung: Spätestens drei Werktage vor Erscheinungstermin, nur mit Lieferschein und nach erfolgter Auftragsbestätigung

Beilagen – Auftragsbedingungen und technische Richtlinien

Mindestauflage:

5.000 Exemplare innerhalb eines Titels

Teilbelegungen:

Teilbelegung nach Rücksprache mit dem Verlag möglich. Die Unterbringung in Teilaufgaben erfolgt bestmöglich – es kann jedoch keine Gewähr dafür übernommen werden, daß das gewünschte Gebiet ausschließlich und allein erfasst wird. Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen.

Fremdwerbung:

Beilagen dürfen nur die Eigenwerbung einer Firma enthalten. Beilagen, die für zwei oder mehr Firmen durch Fremdanzeigen oder Einleger anderer Firmen werben, werden wie zwei oder mehr Beilagen berechnet (gilt nicht, wenn der Auftraggeber als Händler die Produkte der anderen Firmen verkauft). Beilagen, die durch Format und Aufmachung den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung erwecken, werden nicht angenommen. Beilagen, die den Eindruck mehrseitiger Anzeigen einer Firma erwecken, müssen zweimal gefalzt oder an den Seiten 2 cm beschnitten werden.

Muster:

Beilagenaufträge werden erst nach Vorlage von drei Mustern spätestens sieben Werktagen vor dem Streutermine und deren Billigung durch den Verlag bindend. Bitte Wochenende beachten. Es wird empfohlen Beilagen mit einer Artikel-Nummer zu kennzeichnen.

Fehlsteuerungen:

Fehlsteuerungen können sich ergeben, wenn Prospektbeilagen zusammenhaften oder bei der Zusammenstellung aus den Zeitungen herausfallen. Bedingt durch die technische Verarbeitung kann eine 100%ige Belegung auch bei einwandfreiem Zustand der angelieferten Prospekte nicht garantiert werden.

Bis zu 3% Fehlzustellungen oder Verlust gelten als verkehrsüblich. Bei Fehlsteuerungen im Rahmen des Verkehrsüblichen oder in Folge von Mängeln der angelieferten Prospekte entfällt der Anspruch auf Minderung oder Schadensersatz.

Angaben zum Produkt

1. Format

- Mindestformat ist DIN A 6 (105 x 148 mm).
- Maximalformat ist 240 x 330 mm.

2. Einzelblätter (Mehrfachabzüge möglich)

- Einzelblätter im Format DIN A 6 dürfen ein Flächengewicht von 170 g/m² nicht unterschreiten.
- Einzelblätter mit Formaten größer als DIN A 6 bis DIN A 4 müssen ein Flächengewicht von mindestens 140 g/m² aufweisen.
- Größere Formate mit einem Flächengewicht von mindestens 60 g/m² sind auf eine Größe im Bereich DIN A 4 (210 x 297 mm) zu falzen.

3. Mehrseitige Beilagen

- Beilagen im jeweils möglichen Maximalformat müssen einen Mindestumfang von 8 Seiten haben.
- Bei geringerem Umfang (4 und 6 Seiten) ist ein Flächengewicht von mindestens 120 g/m² erforderlich
- oder diese Beilagen sind nochmals zu falzen. Bundstärke bis max. 10 mm.

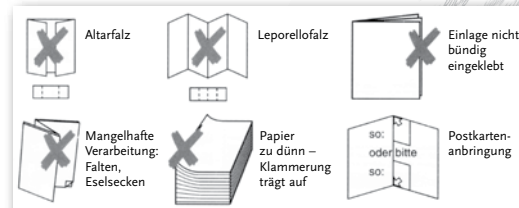
4. Gewichte

- Das Gewicht einer Beilage soll 60 g/Exemplar nicht überschreiten.
- Liegt es darüber, ist eine Rückfrage beim jeweiligen Zeitungsverlag erforderlich.

Richtlinien zur Verarbeitung

5. Falzarten

- Gefalzte Beilagen müssen im Kreuzbruch, Wickel- oder Mittelfalz verarbeitet sein.
- Leporello (Z)- und Altarfalz (☒) sind maschinell nicht zu verarbeiten.
- Mehrseitige Beilagen müssen den Falz an den langen Seiten haben.



Beilagen – Auftragsbedingungen und technische Richtlinien

6. Beschnitt

- Alle Beilagen müssen rechteckig und formatgleich geschnitten sein.
- Beilagen dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen.

7. Angeklebte Produkte (z. B. Postkarten)

- Postkarten sind in der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage angeklebt werden.
- Bei allen Beilagen mit außen angeklebten Produkten ist eine Abstimmung mit dem Verlag notwendig.
- Die maschinelle Verarbeitung von Beilagen wie Sonderformate, Warenmuster oder -proben ist ohne vorherige technische Prüfung durch den Verlag nicht möglich.

8. Draht-Rückenheftung

- Die Draht-Rückenheftung sollte vermieden werden. Bei Draht-Rückenheftung darf die Drahtstärke keinesfalls stärker als das Produkt sein. Die Klammerung muss ordentlich ausgeführt sein.
- Dünne Beilagen sollten grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden.

Empfehlungen für Verpackung und Transport

9. Anlieferungszustand

- Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine zusätzliche manuelle Aufbereitung notwendig wird.
- Durch zu frische Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden.
- Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder mit verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht verarbeitbar.

10. Lagen

- Die kantengeraden Lagen müssen eine Höhe von 80 – 100 mm aufweisen, damit sie von Hand greifbar sind.
- Eine Vorsortierung wegen zu dünner Lagen darf nicht erforderlich sein.
- Einzelne Lagen dürfen weder verschnürt noch verpackt angeliefert werden.
- Eine zusätzlich notwendige manuelle Aufbereitung wird nach Rücksprache vorgenommen und in Rechnung gestellt.

11. Palettierung

- Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Mehrwegpaletten gestapelt sein.

- Beilagen sollen gegen eventuelle Transportschäden (mechanische Beanspruchung) und ggf. gegen Eindringen von Feuchtigkeit geschützt sein.
- Um ein Aufsaugen von Feuchtigkeit zu vermeiden und die Lagen vor Schmutz zu schützen, ist der Palettenboden mit einem stabilen Karton abzudecken.
- Das Durchbiegen der Lagen kann ggf. durch einen stabilen Karton zwischen den Lagen vermieden werden. Der Stapel erhält gleichzeitig mehr Festigkeit.
- Wird der Palettenstapel unreif oder schutzverpackt, ist darauf zu achten, dass die Kanten der Beilagen nicht beschädigt oder umgebogen werden.
- Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich und sichtbar mit einer Palettenkarte mit Inhalts- und Mengenangabe gekennzeichnet sein.
- Stahlumreifung vermeiden (Unfallgefahr).

Hinweise zum Materialeinsatz

12. Packmitteleinsatz

- Die Verpackung ist auf das notwendige zweckdienliche Minimum zu beschränken.

13. Einsatz von recyclingfähigem Verpackungsmaterial

- Paletten und Deckelbretter sind im Mehrwegverfahren zu nutzen.
- Kunststoffmaterialien müssen aus PE sein (recyclingfähig).
- Die Kartonagen müssen recyclingfähig sein.
- Als Verpackung darf kein Verbundmaterial eingesetzt werden.

Richtlinien zur Abwicklung

14. Begleitpapiere

Aus dem Lieferschein hat hervorzugehen:

- zu belegendes Objekt und zu belegende Ausgaben
- Einsteck- und Erscheinungstermin
- Auftraggeber der Beilage
- Beilagentitel oder Artikelnummer bzw. Motiv oder Version
- Auslieferungstermin des Beilagenherstellers
- Absender und Empfänger
- Anzahl der Paletten
- Gesamtstückzahl der gelieferten Beilagen
- Stückzahl der Beilagen je Palette

Ferner sind erforderlich:

- Textgleichheit des Lieferscheins zur Palettenkarte
- Raum für Vermerke

Für Beilagen mit Einlegern gelten besondere technische Voraussetzungen.
Bitte vorher Rücksprache mit dem Verlag halten.

Geschäftsbedingungen Online

Ergänzend zu den AGB's des Verlages, die in der aktuellen Preisliste (ab 01.01. 2021) abgedruckt und im Internet-Portal des Verlages unter den Menüpunkt AGB 's abgebildet sind, gelten nachfolgend beschriebene Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien.

1. Werbeauftrag

1. „Werbefauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.
- 2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel

- 1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
 - aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (i.a. Banner),
 - aus einer sensiblen Fläche, die bei Anklücken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).
- 2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

- 1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Auftrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.
- 2) Soweit Werbegutenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbegutenturen zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muß er von der Werbegutenturen namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbegutenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.
- 3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags (z.B. Banner, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Datenanlieferung

- 1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.
- 2) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.
- 3) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

5. Ablehnungsbezugnis

- 1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Inhalt vom deutschen Werber in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder – deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.
- 2) Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

6. Rechtegewährleistung

- 1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- 2) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen ortslich unbegrenzt übertragen und einschließlich der Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

7. Gewährleistung des Anbieters

- 1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wieder-gabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Füllern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird
 - durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
 - durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder

– durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens

– durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder – durch einen 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 der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

- 2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels 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, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

- 3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

8. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere 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 nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

9. Haftung

- 1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, 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.

- 2) 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.

10. Preisliste

- 1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muß innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausübt werden.

- 2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbegutenturen und sonstige Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

11. Zahlungsverzug

- 1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

- 2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

12. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

13. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

14. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist der Sitz des Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Auftraggeber 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 enthält, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbelagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Teiltel-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen grenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Auftragnehmer mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor Anzeigenaufträge – auch einzelne Abufe im Rahmen eines Abschlusses – und Belagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. – Belagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der beiden Dillung bindend. Belagen, die durch Format oder Aufmachung bei dem Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. – Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigenettes und einwandfreie Druckunterlagen oder der Belagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungenügende oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. – Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanfrage; aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm richtig gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanfrage erneut nicht einwändig, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungserweiterung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – aus dem Vertrag ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verlust sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbareren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Belage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugehöriger Eigenschaften bleibt unberührt. Darüber hinaus ist im kaufmännischen Geschäftsverkehr die Haftung des Verlegers für grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden beschränkt. – Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Belag geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größerschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht zur Aufrechnung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige, übersandt. – Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. – Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsverzögerung von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei Insolvenzen und Zwangsvergleichen entfällt jeder Nachlass.
15. Belagversand siehe „Zusätzliche Geschäftsbedingungen“, Ziffer d.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Aufgabeminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies 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 verkauften (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Aufgabeminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 30.000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe aus Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weiter geleitet. – Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht

abgeholt sind, werden vernichtet. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegenkommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

Der Verlag kann darüber hinaus mit dem Auftraggeber die Möglichkeit der Selbstabholung oder der gebührenpflichtigen Zusendung vereinbaren.

19. Druckunterlagen sind nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückzugeben. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sonderverträgen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlegers nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnort. Ist der Wohnort oder der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnort oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an. Bei privaten Auftragsannahmen gilt dies, wenn der Auftraggeber nach Hinweis auf die Anwendung der Geschäftsbedingungen den Auftrag ohne Widerspruch erteilt. Die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor.
- b) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigenteile die geschäftssübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern ingetroffen oder getäuscht wird. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob sie durch Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Ist der Kunde wegen der Wettbewerbswidrigkeit einer Anzeige abgemahnt oder hat er Dritten gegenüber ein Vertragsversprechen abgegeben oder ist ihm die Verbreitung dieser Anzeige gerichtlich untersagt worden, so ist hiervon die Anzeigenteilung schriftlich zu benachrichtigen. Sein Wunsch, die entsprechende Anzeige nicht zu veröffentlichen, kann vom Verlag nur berücksichtigt werden, wenn sein Schreiben einen Tag vor Anzeigenschluss für die betreffende Anzeige bei der Anzeigenerstellung eintrifft.
- c) Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er sistiert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Erscheinen sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die durch Veröffentlichung einer Gegenanzeige, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigen tariffs.
- c) Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen begründen für den Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz. Bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabeneränderungen, Textkorrekturen und Abstellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungfehler und fehlerhafte Aufzeichnungen keine Haftung. Erfolgt die Übergabe der Druckunterlagen auf digitalen Wege, übernimmt der Verlag keine Haftung für Veränderungen der digitalen Daten durch Übertragungsfehler. Gleiches gilt in den Fällen, in denen die vom Kunden übermittelten Daten systembedingt (nicht kompatibel) beim Verlag nicht verarbeitet werden können. Die Zusicherung bestimmter Eigenschaften ist nur wirksam, wenn sie schriftlich durch die Anzeigenerstellung erfolgt.
- d) Anzeigebelege bzw. -ausschnitte werden nach einheitlichen Richtlinien des Verlages geliefert, kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so wird auf Wunsch stattdessen eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige ausgestellt.
- e) Neue Anzeigenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge (Abschlüsse) und Anzeigenaufträge für Einzelauflage, die vor Bekanntgabe der neuen Preisliste erteilt wurden, gilt der alte Preis, sofern die Anzeige oder Belage innerhalb von vier Monaten erschienen sollte.
- f) Der Verlag behält sich vor, für Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Verlagsbelagen je nach Art und Erscheinungsweise sowie bei Abnahme von 25.000 mm und mehr Sonderkonditionen zu vereinbaren.
- g) Die gewerbliche Verwertung von Zuschriften auf Anzeigen durch Dritte ist nicht gestattet.
- h) Die Werbungsmitler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Berechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weiter gegeben werden, falls die Zahlung der Mitteilungsvergütung ist Voraussetzung, dass die Werbungsmitler auch die gesamte Auftragsabwicklung selbst übernehmen, das heißt die Aufträge dem Verlag unmittelbar überliefern und Texte bzw. Druckunterlagen direkt anfertigen.
- i) Bei Auftragserteilung über Werbungsmitler erfolgt die Annahme und Berechnung von Anzeigen- und Belagenaufträgen zu den jeweiligen Grundpreisen.
- j) Für Anzeigensammlungen und Anzeigenkombinationen ist Aufgabnehmer und Inkassoberechtigter die EXTRA-Verlagsgesellschaft mbH.
- k) Der Auftraggeber erklärt sich mit Auftragsvergabe einverstanden, dass der Verlag die Satzdaten des Anzeigenauftrages neben der gedruckten Ausgabe auch online veröffentlicht.
- l) Der Verlag behält sich das Recht zur Vereinsetzung von Prospekten vor.
- m) Fehlmengen in den verteilten Auflagen berechtigen zu einem Anspruch auf Preiserminderung, wenn diese in der gebuchten Belegungseinheit, die in Punkt 17 der AGB aufgeführten Prozentwerte erreichen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für SEPA

Der Geschäftskunde ist damit einverstanden, dass die Frist der Versendung der Vorabankündigung (sog. Prenotification), durch welche mitgeteilt wird, dass der genannte Rechnungsbetrag von dem angegebenen Kundenkonto abgebucht wird, kürzer als 5 Tage ist.