

2018

MEDIADATEN

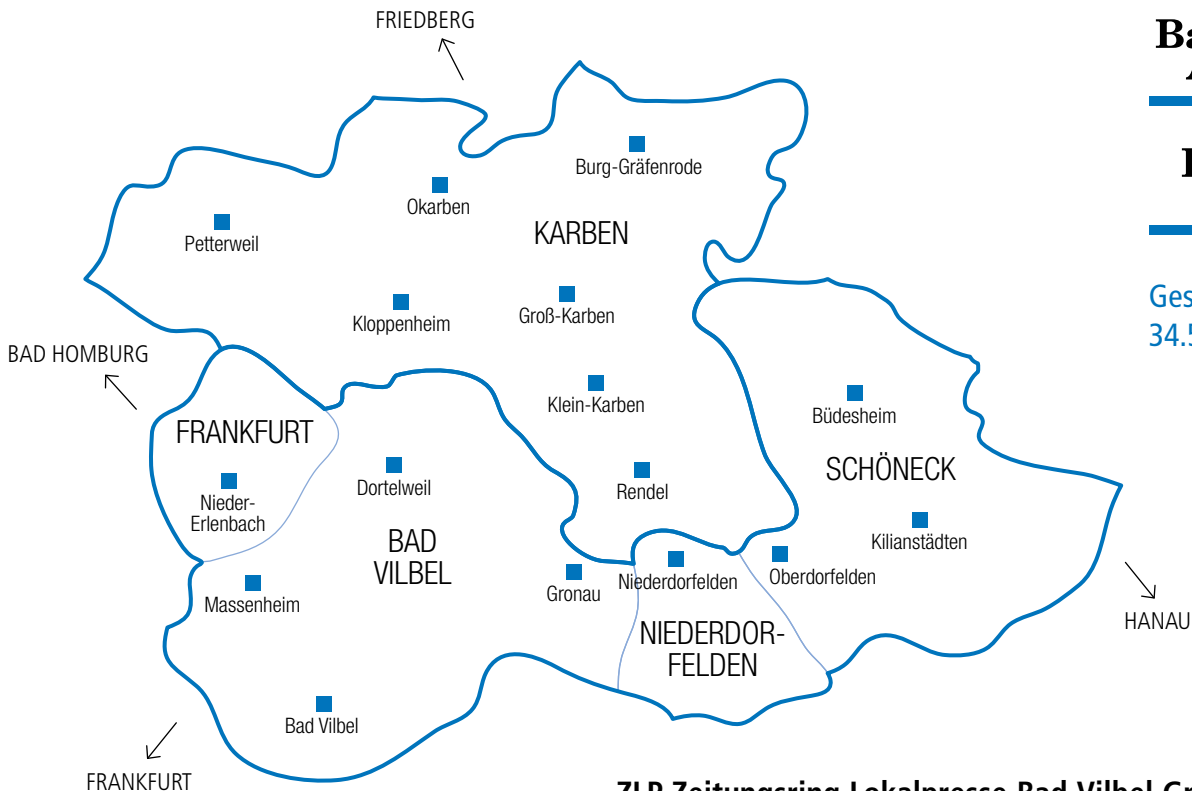
Preisliste Nr. 20 gültig ab 1. Oktober 2018

**Bad Vilbeler
Anzeiger**

**Karbener
Zeitung**

ZLP Zeitungsring
Lokalpresse Bad Vilbel GmbH

Im Rosengarten 25 c
61118 Bad Vilbel
Telefon (061 01) 80 07 - 50
Telefax (061 01) 80 07 - 60
www.ZLP-online.de
e-mail: anzeigen@ZLP-online.de



**Bad Vilbeler
Anzeiger**

**Karbener
Zeitung**

Gesamtauflage:
34.500 Exemplare

ZLP Zeitungsring Lokalpresse Bad Vilbel GmbH

Im Rosengarten 25c · 61118 Bad Vilbel · Tel. 061 01/80 07-50/51/52 · Fax 061 01/80 07-60
www.ZLP-online.de · E-Mail: anzeigen@ZLP-online.de

PREISE (mm-Preise in Euro)

Anzeigenteil*	Grundpreis	Ortspreis
s/w	1,23	1,04
4c	1,44	1,22
Anzeigen im redaktionellen Teil	Grundpreis	Ortspreis
s/w	1,72	1,46
4c	2,16	1,84
Titelkopf-Anzeigen	Grundpreis	Ortspreis
Größe 100 mm hoch, 45 mm breit, Festpreis	264,18	224,40
Titelseiten-Anzeigen	Grundpreis	Ortspreis
Mindestgröße 100 mm hoch, 92,5 mm breit	2,52	2,14
Weitere Größen auf Anfrage		

Alle Preise zuzüglich der jeweils gültigen Mehrwertsteuer.

* Rubriken: Bauen und Wohnen, Immobilien, Stellen, Tipps und Termine, Kfz-Markt, gewerbliche Anzeigen innerhalb Kleinanzeigen (Fließtextanzeigen)
Mindestgröße 1-spaltig/20 mm

Service für Sie	Grundpreis	Ortspreis
Spaltenbreite 65 mm, s/w	1,50	1,27
4 c	1,89	1,60

Service für Sie	Rabatt
Mindestlaufzeit: 3 Monate	Rabatt 20 %
ab 6 Monate	Rabatt 30 %
ab 12 Monate	Rabatt 40 %

Familien-Anzeigen	Grundpreis	Ortspreis
s/w, 45 mm Spaltenbreite	0,71	0,60
4c, 45 mm Spaltenbreite	0,86	0,72
Firmennachruf	1,20	1,02

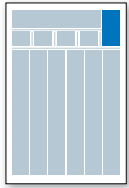
Alle Preise zuzüglich der jeweils gültigen Mehrwertsteuer.

Anzeigen im redaktionellen Teil
Mindestgröße = 1-spaltig/50 mm

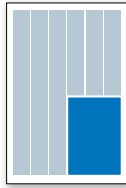
Textanschließende Anzeigen
Eckfelder, blatt hohe und blattbreite Anzeigen, volltextanschließend,
Mindestgröße 420 mm, über 400 mm Höhe Abrechnung blatt hoch

Farben werden aus der 4c-Euroskala erzeugt.

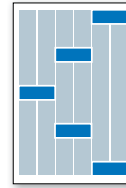
SONDERWERBEFORMEN UND PLATZIERUNGEN



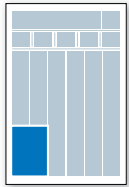
Titelkopf
Eckfeld oben auf der Titelseite,
Platzierung links und rechts,
Festgröße 45 x 100 mm



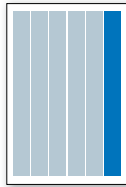
Eckfeld-Anzeige
Platzierung am Fuß einer Textseite,
min. 2 Spalten x 210 mm
max. 4 Spalten x 320 mm



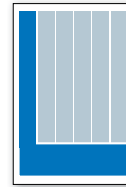
Satellitenanzeigen
Streuung mehrerer gleicher oder
unterschiedlicher Anzeigenmotive auf
einer Seite.
min. 100 mm Gesamtvolumen/2 Anz.
max. 480 mm Gesamtvolumen/6 Anz.



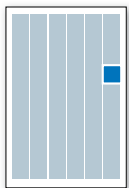
Titelseiten-Anzeigen
Anzeigen platziert auf der Titelseite.
min. 2 Spalten 92,5 x 100 mm
Weitere Größen auf Anfrage.



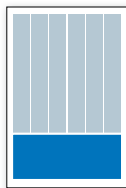
Blatthohe Anzeige
Anzeige füllt die gesamte Höhe einer
Seite.
min. 1 Spalte x 416 mm
max. 4 Spalten x 416 mm



L-Anzeigen
Anzeige läuft über die Spalte(n) der
Außenseite sowie über den Seitenfuß
min. vertikal 1 Spalte x 420 mm
max. vertikal 3 Spalten x 420 mm
min. horizontal 6 Spalten x 50 mm
max. horizontal 6 Spalten x 100 mm



Textzeile-Anzeige
Anzeige ist auf mindestens drei
Seiten von Text umgeben.
min. 1 Spalte 45 x 50 mm

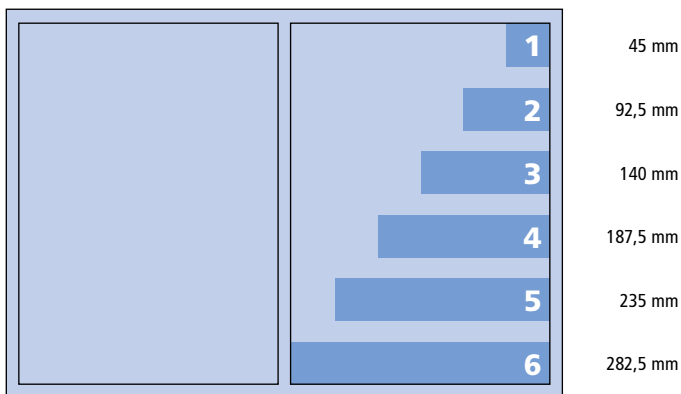


Blattbreite Anzeige
Anzeige füllt die Breite einer Seite.
min. 6 Spalten x 70 mm
max. 6 Spalten x 320 mm

**Panorama-, Satelliten-, Insel-, Tunnel- und
Sonderformat-Anzeigen sowie Anzeigen-/
Prospektstrecken und Flying Pages auf Anfrage.**

SATZSPIEGEL

Spaltenbreite*



*gilt auch für „Sonstige Anzeigen auf redaktionellen Seiten“
(Platzierung im Anzeigenblock auf redaktioneller Seite)

1/1 Seite = 430 mm hoch, 282,5 mm breit = 2580 mm

Mindestberechnungsgrößen

Anzeigenteil
Textteil

Mindestgröße = 1-spaltig / 20 mm
Mindestgröße = 1-spaltig / 50 mm

WICHTIGE INFORMATIONEN

Erscheinungsweise:
wöchentlich, donnerstags

Anzeigen- und Druckunterlagenchluss dienstags 12.00 Uhr
Panorama-Anzeigen auf Anfrage

Konzernrabatt: ab 51 % Beteiligung
Agenturprovision: 15 % vom Grundpreis
Verleger-Rabatt: 10 % für Direktaufträge

Abschlussrabatte:

Mengenstaffel für Millimeterabschlüsse

3000 mm = 5 %
5000 mm = 10 %
10.000 mm = 15 %
20.000 mm = 20 %

Malstaffel für mehrmalige Veröffentlichungen

bei mind. 6-mal = 5 %
bei mind. 12-mal = 10 %
bei mind. 24-mal = 15 %
bei mind. 52-mal = 20 %

Die Laufzeit von Abschlüssen beträgt 12 Monate.
Bei Nichterreichen des vereinbarten Ziels wird bereits erhaltener Rabatt nachbelastet.
Kombinationsanzeigen zählen nur einfach zur Erfüllung von Abschlüssen.

Service für Sie

Mindestlaufzeit:	3 Monate	Rabatt 20 %
	ab 6 Monate	Rabatt 30 %
	ab 12 Monate	Rabatt 40 %

Chiffregebühr:
Bei Abholung für jede Veröffentlichung = 1,00 € zzgl. MwSt.,
Bei Zusendung für jede Veröffentlichung = 4,50 € zzgl. MwSt.

Zahlungsbedingungen:
Zahlung sofort nach Rechnungserhalt.

Bankverbindungen:
Frankfurter Volksbank Kto.-Nr. 54 40 43 BLZ 501 900 00
IBAN: DE 52 5019 0000 0000 5440 43
SWIFT-BIC: FFBDEFF

Verlagsanschrift:
ZLP Zeitungsring Lokalpresse Bad Vilbel GmbH
Im Rosengarten 25 c
61118 Bad Vilbel
Telefon: (0 61 01) 80 07 50/51/52
Telefax: (0 61 01) 80 07 60
e-mail: anzeigen@ZLP-online.de
Internet: www.ZLP-online.de

Amtsgericht Frankfurt am Main, 5 HRB 7 1878
Geschäftsführer: Dr. Jan Eric Rempel
Umsatzsteuer-Identifikationsnr.: DE 151 041 344

PROSPEKTBEILAGEN Auflagen und Preisberechnung

Verteilgebiet

Bad Vilbeler Anzeiger
61118 Bad Vilbel mit den Stadtteilen:
Kernstadt, Dortelweil, Gronau,
Heilsberg, Massenheim

61137 Schöneck mit den Stadtteilen:
Büdesheim, Kilianstädten, Oberdorfelden

61138 Niederdorfelden

60437 Frankfurt/Nieder-Erlenbach

Karbener Zeitung

61184 Karben mit den Stadtteilen:
Groß-Karben, Klein-Karben, Okarben,
Burg-Gräfenrode, Petterweil, Rendel,
Kloppenheim

Teilbelegung:

nach Orten/Gemeinden bzw. Tourenbelegung
Mindestzahl: 3.000 Exemplare
Aufschläge: 3.000 bis 10.000 Exemplare 25,00 €
pro 1.000 Exemplare

Belegungstoleranz:

Es gibt eine Toleranz von 3 % für Einsteckfehler im technischen Bereich. Aus technischen Gründen können geringfügige Gebietsabweichungen nicht ausgeschlossen werden.
Für die maschinelle Verarbeitung wird eine Mehranlieferung von
bis 20.000 Auflage 200 Exemplare
bis 100.000 Auflage 1 % benötigt.

Versandanschrift:

Mittelhessische Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG
Marburger Straße 20, 35390 Gießen
Annahme: Montag bis Freitag von 8–16 Uhr
Letzter Anlieferungstermin:
Montag 10 Uhr

Ansprechpartner:

Tel. 06 41/30 03-196 · Fax 06 41/30 03-3 00
E-Mail: dispo@mdv-online.de

Sonstige Angaben:

- Konkurrenzausschluss und Alleinbelegung ist aus wettbewerbsrechtlichen Gründen nicht möglich.
- Letzter Rücktrittstermin: 8 Tage vor Erscheinen.
- Agenturprovision: 15 %

Gewicht pro Exemplar bis	Euro pro tausend Exemplare	
	Grundpreis	Ortspreis*
10 g	59,-	50,-
20 g	68,-	58,-
25 g	73,-	62,-
30 g	78,-	66,-
35 g	82,-	70,-
40 g	87,-	74,-
je weitere 5 g	5,-	4,-

Preise nicht rabattfähig, zuzüglich Mehrwertsteuer
* Nur gültig bei Direktaufträgen für Handel, Handwerk
und Gewerbe aus dem Verbreitungsgebiet.

PROSPEKTBEILAGEN Technische Angaben

Beilagen müssen so beschaffen sein, dass sie maschinell verarbeitet werden können. Folgende Bedingungen sind aus technischen Gründen für das Beilegen von Fremdprodukten erforderlich:

- **Formate**
Mindestformat: DIN A6 (105 x 148 mm)
Maximalformat: 230 x 310 mm (größere Formate müssen auf Maximalformat gefalzt sein)
- **Höchstgewicht**
80 g pro Exemplar, höhere Gewichte nur nach Rücksprache mit dem Verlag möglich.
- **Faltungen**
Beilagen müssen im Kreuzbruch, Wickel oder Mittelfalz verarbeitet sein. Leporello- und Altarfalze können nicht maschinell beigelegt werden. Mehrseitige Prospekte mit Formaten größer als DIN A5 müssen den Falz an der langen Seite haben. Sonderformen mit einer Anlegekante auf Anfrage.
- **Beschnitt**
Alle Beilagen müssen rechteckig und formatgleich geschnitten sein und dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer oder Verkleben aufweisen.
- **Heftung**
Dünne Beilagen sollten grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden. Bei Draht-Rückenheftung darf die Drahtstärke nicht stärker als der Rücken der Beilage sein.
- **Beilagen im Zeitungsformat (Berliner Format)**
können nur angenommen werden, wenn diese auf Maximalformat gefalzt angeliefert werden oder das Falzen auf Kosten des Auftraggebers erfolgt.
- **Einzelblätter**
müssen ein Flächengewicht von mind. 170 g/m² aufweisen. Bei geringerem Papiergewicht ist das Blatt zu falzen, wobei das Mindestformat nicht unterschritten werden darf.
- **Angeklebte Produkte**
Antwortkarten dürfen nicht auf der Prospektaußenseite angebracht werden.
- **Oberflächenveredelung**
Beilagen mit drucklackierten Oberflächen, z. B. UV-Lack, eignen sich nicht zur maschinellen Beilegung.
- **Transport und Verpackung**
Die angelieferten Prospekte müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige maschinelle Verarbeitung gewährleisten; sie dürfen weder feucht, elektrostatisch aufgeladen noch umgeknickt sein. Prospekte mit umgeknickten Ecken, Quetschkante oder verlagertem (rundem)

Rücken sowie verklebte (durch Farbe und Feuchte) Prospekte können nicht verarbeitet werden. Kantengerade Lagen sollen in einer Höhe von 80 bis 100 mm innerhalb der Lage unverschränkt sein, damit sie von Hand greifbar sind; eine Vorsortierung wegen zu dünner Lagen verursacht Mehrkosten. **Die Prospekte müssen lose auf Paletten und nicht verschnürt oder in einzelnen Kartons angeliefert werden.** Die Prospekte müssen sauber auf stabilen Europaletten gestapelt (**Palettenhöhe max. 130 cm inkl. Palette**) und gegen Transportschäden und Feuchtigkeit geschützt sein. Die Verpackung ist auf das notwendige, zweckdienliche Minimum zu beschränken; idealerweise ist recyclingfähiges Verpackungsmaterial zu verwenden (Stretchfolie o. ä.). Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich und sichtbar mit einer Palettenkarte auf der Oberseite und auf der Stirnseite der Palette gekennzeichnet sein.

- **Begleitpapiere**
Der Lieferschein muss folgende Angaben enthalten:
 - Zu belegendes Objekt und zu belegende Ausgaben
 - Erscheinungstermin
 - Auftraggeber der Beilage
 - Beilagentitel oder Artikelnummer bzw. Motiv
 - Auslieferungstermin des Beilagenherstellers
 - Absender und Empfänger
 - Anzahl der Paletten
 - Gesamtstückzahl der gelieferten Beilagen.Auf Textgleichheit des Lieferscheines zur Palettenkarte ist unbedingt zu achten.

Sonstige Angaben

- Die Beilage von Warennummern und Sonderformaten sowie von Beilagen mit höherem Gewicht ist nur bedingt möglich. Entsprechende Muster müssen dem Verlag vorab zur Prüfung vorgelegt werden.
- Grundsätzlich gelten die »Technischen Richtlinien für Fremdbeilagen in Tageszeitungen« des Bundesverbandes Druck und Medien e.V. (www.bvdm-online.de). Bei Lieferung von Beilagen, die diesen Anforderungen nicht entsprechen oder beschädigt angeliefert werden, kann der Verlag für die Verteilung keine Gewähr übernehmen. Für evtl. Mehrkosten bei notwendiger Weiterverarbeitung haftet der Auftraggeber.
- Beilagen, die außer Eigenwerbung des Auftraggebers noch Fremdanzeigen enthalten oder optisch der Zeitung ähneln, werden nur nach Einzelprüfung des Verlags angenommen.

TECHNISCHE ANGABEN / DATENÜBERTRAGUNG

Technische Angaben

- Druckverfahren:** Coldset-Rollenoffset
- Druckreihenfolge:** Cyan, Magenta, Gelb, Schwarz
- Rasterweite:** 150 lpi (60er Raster)
- Tonwertzunahme:** ca. 26 % nach Prozess-Standard Zeitungsdruck ISO 12647-3
- Gesamtfarbauftrag:** max. 240 %
- Rasterumfang:** Lichtpunkt 3 %, Tiefenpunkt 95 %
- Ausgabeprofil:** für Farbanzeigen ISOnewspaper26v4, für Graustufen-Anzeigen ISOnewspaper26v4_gr
- Bildauflösung:** 280 dpi für Farb- und Graustufenbilder, 1270 dpi für Strichzeichnungen (1-Bit-Bilder)
- Druckvorlagen:** Wir erwarten für den Zeitungsdruck aufbereitete PDF-X-1a-Dokumente mit eingebundenen Zeichensätzen auf Endformat ohne Beschnitt- oder Passermarken. Führen Sie im Druckmenü keine Farbseparation durch. Gelieferte Office-Dokumente können nur als Satzvorlage dienen, darin enthaltene Schriftarten und Farbtöne sind nicht verbindlich.
- Farben:** Alle Farben, auch Sonderfarben, sind aus den Prozessfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz aufzubauen. Die Druckvorlage darf keine RGB- oder LAB-Farbräume enthalten.

Technisch bedingte Farbabweichungen, die durch das Umwandeln von Sonderfarben in Prozessfarben, das Einbinden nicht korrekter Ein- oder Ausgabepprofile oder falscher Farbmodi (z. B. RGB) entstanden sind, berechtigen nicht zu Ersatz- oder Minderungsansprüchen. Gleiches gilt für unerwünschte Druckergebnisse, die sich auf Abweichungen der gelieferten Druckunterlagen von den obenstehenden technischen Angaben des Verlages zurückführen lassen.

Datenübermittlung

Übermittlungsmöglichkeiten:

E-Mail: anzeigen@ZLP-online.de
Datenträger: CD, DVD, USB-Stick an den Verlag

Datenbenennung:

Bitte vergeben Sie Ihren Druckunterlagen eindeutige Dateinamen, z. B. kundename_stichwort_erscheinungstermin.

Druckunterlagenchluss:

Dienstag 12 Uhr

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdprospekte in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
 2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
 3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
 4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
 5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen in gleicher Weise wie Anzeigen-Millimeter gerechnet.
 6. Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdprospekten in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdprospekte in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag schriftlich bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
 7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kenntlich gemacht. Der für die Kenntlichmachung erforderliche Raum ist Teil der Anzeige und geht in die zu bezahlende Abnahmemenge ein.
 8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Prospektaufträge ohne Angabe von Gründen 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. Prospektaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells des Prospektes und dessen Billigung bindend. Prospekte, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
 9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Prospekte ist der Auftraggeber verantwortlich. 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 durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
 10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein 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 betreffende Anzeige oder Prospekte zu zahlende Entgelt. Alle Haftungsausschlüsse und Haftungsbeschränkungen bei Schadensersatzansprüchen gelten nicht bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten sowie im Falle von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt.
- Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von 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 Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – 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 Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
 13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufender 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. Der Auftraggeber erklärt sich mit der Übersendung elektronischer Rechnungen per E-Mail an die beim Auftragnehmer vorhandene E-Mail-Adresse einverstanden. Der Auftraggeber hat empfängerseitig dafür Sorge zu tragen, dass sämtliche elektronischen Zusendungen der Rechnung per E-Mail durch den Verlag ordnungsgemäß an die vom Kunden bekannte E-Mail-Adresse zugestellt werden können und technische Einrichtungen wie etwa Filterprogramme oder Firewalls entsprechend zu adaptieren. Etwaige automatisierte elektronische Antwortschreiben an den Verlag (z. B. Abwesenheitsnotizen) können nicht berücksichtigt werden und stehen einer gültigen Zustellung nicht entgegen.

Der Auftraggeber hat eine Änderung der E-Mail-Adresse, an welche die Rechnung zugestellt werden soll, dem Verlag unverzüglich schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB). Zusendungen von Rechnungen an die vom Auftraggeber zuletzt bekannt gegebene E-Mail-Adresse gelten diesem als zugegangen, wenn der Auftraggeber eine Änderung seiner E-Mail-Adresse dem Verlag nicht bekannt gegeben hat.

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/oder 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 Betrags und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

16. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einverträglich als Vertreter des Rechts eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 1000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher- und Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

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

18. 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 jeweilige Verlagshauptsitz.

Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, 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 der Verlags vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

1. Bei mündlich oder telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.
2. Sind in der Anzeigenpreisliste Titel oder sonstige Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen aufgeführt, so ist für jede Ausgabe oder Ausgabenkombination ein besonderer Anzeigenabschluss zu tätigen. Liegt ein Abschluss für die Gesamtausgabe vor, so wird bei Belegung von Bezirksausgaben der sich aus dem Gesamtausgabenabschluss ergebende Nachlass gewährt; die hierauf entfallenden Mengen zählen bei der Errechnung der Abnahmemenge (Gesamtausgabenabschluss) nicht mit.
3. Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
4. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
5. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages gegen den Verlag erwachsen.

6. Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Werbungtreibende die Möglichkeit hatte, vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinzuweisen. Der Vergütungsanspruch des Verlages bleibt unberührt.

7. Aufträge für Empfehlungsanzeigen von Firmen des im Verbreitungsgebiet ansässigen Handels und Handwerks, worunter auch selbständig werbende Filialbetriebe fallen, werden zum Lokalpreis berechnet. Verkaufsgagenturen, Verkaufsstellen und Zweigniederlassungen von überregionalen Verkaufsorganisationen, deren Insertion zentral verwaltet wird, sind keine ortsansässigen Handelsfirmen im Sinne der Preisliste. Das Entscheidungsrecht darüber hat ausschließlich der Verlag. Auf den Lokalpreis (einschl. Kraftfahrzeugmarkt) kann keine Mittlervergütung gewährt werden.

8. Für Jahresabschlüsse ab 150.000 Millimeter und mehr sind Sondervereinbarungen möglich. Für Verlagsprospekte, örtlich begrenzte Anzeigen und Sonderveröffentlichungen (Kollektive) können abweichende Preise vereinbart werden.

9. Für die Belegung einer Kombination ist eine einheitliche Anzeigengröße Voraussetzung. Außerdem wird die Erscheinung in der gleichen Kalenderwoche zugrunde gelegt.

10. Bei blattthohen Anzeigen wird die volle Satzspiegelhöhe berechnet. I) Datenschutz: Gemäß § 26 Bundesdatenschutzgesetz weisen wir darauf hin, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferantendaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.

11. Etwaige Änderungen oder Stornierungen sind schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – mit genauer Angabe des Textes oder der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschluss, bei Prospektaufträgen wenigstens acht Tage vor dem Streutermin zu übermitteln. Bei Abbestellungen gehen gegebenenfalls bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zulasten des Auftraggebers.

12. Bei Konkursen und gerichtlichen Vergleichs entfällt jeglicher Nachlass. Im Falle einer Klage wird der auf die streitgegenständliche Forderung gewährte Nachlass wieder belastet.

13. Eine Provision wird nur an die vom Verlag anerkannten Werbemittler vergütet. Voraussetzung ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittler erteilt wird und Texte bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Für die Vermittlung von Aufträgen privater Auftraggeber wird eine Mittlungsvergütung nicht bezahlt.

14. Bei Änderungen der Preisliste oder der Geschäftsbedingungen kann für bereits angefallene Abschlüsse eine Karenzzeit eingeräumt werden.

15. Der Verlag behält sich vor, die Veröffentlichung von Sammelanzeigen abzulehnen.

16. Kann infolge von Streikmaßnahmen innerhalb oder außerhalb des Verlages ein Anzeigenauftrag/Prospektauftrag nicht zu dem Termin ausgeführt werden, der mit dem Auftraggeber vereinbart war, so ist der Verlag berechtigt, den Auftrag in der nächstreicheren Ausgabe auszuführen. Der Auftraggeber kann aus der Verschiebung des Ausführungszeitpunktes keinerlei Mängel-/Gewährleistungsansprüche herleiten. Ein Ausgleichsanspruch des Auftraggebers besteht nur insoweit, als die Anzeige zu dem tatsächlichen Erscheinungstermin weniger gekostet hätte als an dem vereinbarten Termin.

17. Bei Prospektaufträgen können Gewährleistungsansprüche nicht allein daraus abgeleitet werden, dass in einzelnen Exemplaren der Druckschrift die Prospekte (z. B. infolge technischer Probleme oder Trägerverschulden) fehlen oder mehrfach einglegt sind. Gewährleistungsansprüche bestehen erst dann, wenn die Beilage in mindestens 10 % der Auflage fehlt.

18. Der Auftraggeber ist zur unverzüglichen Überprüfung übersandter Rechnungen, Gutschriften, Bonusabrechnungen usw. verpflichtet. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang der jeweiligen Schriftstücke schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – geltend gemacht werden, ansonsten sie als akzeptiert gelten.

19. Für alle Anzeigenaufträge gelten die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen. Die zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen im Zweifelsfall den allgemeinen Geschäftsbedingungen vor. Weichen Auftrag oder die ihm vom Auftraggeber zugrunde gelegten Bedingungen von den allgemeinen oder zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ab, so gelten die Bedingungen des Verlages, wenn nicht der Auftraggeber binnen sechs Tagen seit Auftragsbestätigung durch den Verlag schriftlich – bzw. soweit der Auftraggeber Verbraucher i.S.v. § 13 BGB ist, in Textform (§ 126b BGB) – widerspricht.

20. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Prospektanzeigen, Anzeigengestalten, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen oder Kollektiven sowie für in der Preisliste nicht erwähnte Teilbelegungen Sonderkonditionen entsprechend den besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.

21. Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass die Anzeige auch in Online-Diensten erscheint.

22. § 10 Streitbeilegung: Der Anbieter ist weder bereit noch verpflichtet, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.

23. Der Auftraggeber erklärt sich mit der Übersendung elektronischer Rechnung per E-Mail einverstanden.