

# WOCHEN SPIEGEL

—THÜRINGEN—



*Historisches Rathaus Hildburghausen*



**PREISLISTE NR. 18 • GÜLTIG AB 01. 01. 2010**

[www.wochenspiegel-thueringen.de](http://www.wochenspiegel-thueringen.de)

## ***Wochenspiegel Thüringen***

**Verlag:** Wochenspiegel Thüringen  
GmbH & Co. KG  
Schützenstraße 2, 98527 Suhl

**Bankverbindung:** Hypovereinsbank Suhl  
BLZ 840 200 87  
Konto-Nr. 473 80 80

**Anzeigenvermittlung  
Partnerverlage:** Unser Verlag mit seinen Titeln arbeitet mit mehreren Verlagen und überregionalen Anzeigenverbänden zusammen. Zusätzlich zum Verlagsangebot werden daher Anzeigenvermittlungen für Kombinationen in folgende Regionen über uns angeboten:

- Thüringen, gesamter Freistaat
- Sachsen
- Hessen, Region Fulda – Bad Hersfeld
- Bayern über Anzeigenverbund Süd- Ost

**ANZEIGENBLATT  
VERBUND SÜD-OST**  
NIELSEN IIIa IV VII

## ***Inhaltsverzeichnis***

<b>Seite 2:</b>	Allgemeine Verlagsangaben Inhaltsverzeichnis
<b>Seite 3 und 4:</b>	Allgemeine Konditionen Technische Angaben
<b>Seite 5:</b>	Beilagenwerbung
<b>Seite 6:</b>	Allgemeine Regelungen für Anzeigen und Beilagen
<b>Seite 7:</b>	Verbreitungsgebiete des Wochenspiegel Thüringen Titelkennzeichen
<b>Seite 8 und 9:</b>	Preisliste
<b>Seite 10:</b>	Anschriften der Geschäftsstellen Kontakte zum Verlag
<b>Seite 11 bis 15:</b>	Allgemeine Geschäftsbedingungen Zusätzliche Geschäftsbedingungen

**Zahlungsbedingungen:** Nach Rechnungserhalt ohne jeden Abzug. Bei Bankeinzug 2 % Skonto für mm-Anzeigen. Bei Wortanzeigen sofort bei Auftragserteilung oder per Bankeinzug.

**Sonderveröffentlichungen:** Für Sonderveröffentlichungen und Beilagen können je nach Art und Erscheinungsweise besondere Anzeigenpreise und Anzeigenschlusstermine festgelegt werden.

**Nachlässe:**

Malstaffel		Mengenstaffel		Mengenstaffel	
ab 6 Anzeigen	5 %	ab 3.000 mm	5 %	ab 30.000 mm	23 %
ab 12 Anzeigen	10 %	ab 5.000 mm	10 %	ab 40.000 mm	24 %
ab 24 Anzeigen	15 %	ab 10.000 mm	15 %	ab 50.000 mm	25 %
ab 46 Anzeigen	20 %	ab 20.000 mm	20 %	ab 100.000 mm	26 %

**Erscheinungsweise:** wöchentlich mittwochs/donnerstags, samstags/sonntags, bei Feiertagen Schieberecht

**Zu- und Abschläge:**

Titelseitenzuschlag	50 %	Titelkopfzuschlag	100 %
private Familienanzeigen	50 % Rabatt	amtl. Bekanntmachungen	50 % Rabatt
Vereinsanzeigen	50 % Rabatt		

**Zuschläge für Sonderwerbformen auf Anfrage**

**Kombinationsrabatt:** 10 % bei Belegung von mindestens 2 verlagseigenen Titeln mit der selben Anzeige ohne Satzänderung.

**Agenturprovision:** 15 % vom Grundpreis

**Anzeigenschlusstermin:** für Wochenmitte-Ausgaben: Montag, 12.00 Uhr  
für Wochenende-Ausgaben: Donnerstag, 12.00 Uhr

**Anzeigerücktrittstermin:** Stornofrist für Aufträge ist 3 Werktage vor Erscheinen, 12.00 Uhr.

Der Verlag behält sich vor, Sammelanzeigen und gesammelte Beilagen abzulehnen. Gewerbliche Zeilenanzeigen (Fließtext) sind nicht abschlussrelevant. Platzierungswünsche können nicht garantiert werden. Farbanzeigen sind aus technischen Gründen nur auf bestimmten Seiten möglich.

## TECHNISCHE ANGABEN

**Formate**

Wochenmitte-Ausgaben:	
Rheinisches Format, 7 Spalten, 45 mm Spaltenbreite	
Satzspiegel 487 x 325 mm, 1/1 Seite 3.409 mm	Panorama-Seite 487 x 675 mm
Wochenend-Ausgaben:	
Berliner Format, 6 Spalten, 45 mm Spaltenbreite	
Satzspiegel 435 x 277,5 mm, 1/1 Seite 2.610 mm	Panorama-Seite 430 x 590 mm

### Digitale Produktion

Alle Ausgaben werden digital im ctp-Verfahren produziert. Daher sollten alle Druckvorlagen als Datensatz zur Verfügung gestellt werden, weil konventionell (als Fotoabzug oder Filmbelichtung) gelieferte Vorlagen zunächst digitalisiert werden müssen, was Qualitätseinbußen zur Folge hat. Ausdrucke von Tintenstrahldruckern oder bereits gerasterte Vorlagen aus anderen Druckerzeugnissen sind für eine Reproduktion ungeeignet.

Filmvorlagen bitte nach folgenden Vorgaben anliefern (ISO 12647-3):

Material	Durchsichtsvorlage, positiv, seitenrichtig
Raster	34 bis 40 l/cm, Punkt- oder gemäßigtes Kettenraster
Schwärzung	Mindestdichte im Vollton 2,4
Tonwertumfang	Licht 5%, zeichnende Tiefe 93%
Strichbreite	mindestens 0,12 mm (0,3 pt)
Rasterwinkel	Gelb 15° von der nächsten Farbe; 60° Winkeldifferenz zwischen Cyan, Magenta und Schwarz; dominante Farbe (i.A. schwarz) 135°
max. Farbauftrag	C + M + Y + K max. 260% (besser 240%), Schwarz mind. 85%
Tonwertzunahme	25% in den Mitteltönen

Digitale Vorlagen, die direkt in die Produktion übernommen werden sollen, müssen in einem postscriptfähigen Programm erstellt werden (QuarkXPress, Freehand, InDesign, Illustrator, CorelDraw. Office-Programme wie Word und PowerPoint sind nicht postscriptfähig! Zur ordnungsgemäßen Bearbeitung eines Anzeigenauftrages wird zusätzlich zu den Reindaten ein verbindlicher Ausdruck der Anzeige benötigt. Bei Übertragung der Daten per DFÜ kann dies auch ein Softproof (low-res-pdf o.ä.) sein.

Des Weiteren ist die Angabe der folgenden Daten erforderlich:

- Name und Version des Erstellungsprogramms sowie des Betriebssystems
- Liste der verwendeten Schriften
- Bei Farbanzeigen die Bezeichnung der Farbe aus der HKS-Skala

#### Datenträger

3 1/2 Zoll Disketten (Mac- oder DOS-Format), Iomega ZIP-Disk 100 MB (Mac- oder DOS-Format), CD-ROM, CD-RW, DVD, Speicherkarten

#### Dateinamen

Es sollten Dateinamen verwendet werden, welche dem Auftrag eindeutig zuzuordnen sind. Alle zu einem Auftrag gehörenden Dateien sind in einem Ordner zu sammeln und gegebenenfalls zu komprimieren (Stuffit bzw. WinZIP).

#### Schriften

Grundsätzlich sind nur Schriften der "Linotype Gold Edition", für WINDOWS und die Schriften des CorelDRAW-Paketes vorhanden. Sollen andere Schriften verwendet werden, sind diese zu inkludieren oder gesondert mitzuliefern.

#### Bilder/Logos

Bilddaten bitte im TIF- oder EPS-Format anliefern. Logos sollten nach Möglichkeit vektorisiert werden. Bei Farbbildern unbedingt auf den richtigen Modus achten (Graustufe, CMYK bzw. Multiton). Keine RGB- oder Lab-Daten verwenden. Zur Konvertierung in CMYK erhalten Sie das von der IFRA zur Verfügung gestellte ICC-Profil. ([www.ifra.com](http://www.ifra.com), Datei: Zeitung\_QUIZ\_22\_02.03V2.icm). JPEG-Komprimierung führt zu Qualitätsverlusten und sollte nur in niedrigen Komprimierungsstufen verwendet werden.

#### Datenformate / geschlossene Dateien

- EPS - Schriften einbinden oder in Pfade umwandeln  
- Bilder als TIF mit LZW-Komprimierung
- PDF - Schriften und Bilder wie bei EPS  
- Joboptions für Distiller abrufbar unter: [www.freies-wort.de](http://www.freies-wort.de) (downloads)
- PS / PRN - Auflösung 1270 dpi  
- für Farbkomposit Druckerbeschreibungsdokument (ppd) von Adobe oder OneVision verwenden  
- Papierformat maximal 1/1 Seite (Satzspiegel)

#### Datenformate/offene Dateien

Bei der Übernahme offener Dateien kann es durch abweichende Grundeinstellungen zu Veränderungen im Layout kommen. Hieraus resultieren keine Reklamationsansprüche an den Verlag! Damit native Dateien aus Layout-Programmen weiter verarbeitet werden können, sind neben der Satzdatei auch alle verwendeten Bilder, Logos und Schriften mitzuliefern. (z.B. FlightCheck Collect verwenden).

#### Qualität

Unsere Druckerei ist Mitglied der "Qualitätsinitiative Zeitungsdruck" (QUIZ) und druckt nach ISO 12647-3. Bei Anlieferung abweichender Druckunterlagen können anfallenden Reproarbeiten kostenpflichtig werden. Der Verlag behält sich vor, Schmutzfarben aus den Skalenfarben Gelb, Magenta, Cyan und Schwarz annähernd zu erzeugen. Geringe Farbabweichungen in Passer und Ton berechtigen nicht zu Preisminderungen oder Ersatzansprüchen. Bei Farbangaben nach dem Pantone-Fächer kann der gewünschte Farbton nicht verbindlich garantiert werden.

#### Datenübertragungswege

Für alle Ausgaben außer Einzelbelegung WS Meiningen (WS 2.2):

- ISDN-Dateneingang 09281 – 71520-35 2-Kanal
- 09281 – 71520-35 & 71520-36 4-Kanal

Ansprechpartner E-Mail: [wochenspiegel-satz@m-p-g.de](mailto:wochenspiegel-satz@m-p-g.de)  
• Arbeitsvorbereitung Telefon 03681 851-262, Fax 03681 851-273

Für lokale Anzeigen Ausgabe WS 2.2 (Meiningen)  
ISDN-Dateneingang Für Leonardo Pro, Leo Express, Grand Central Pro  
09 71/7 82 23 oder 7 24 41 oder 7 80 64 1- und 2-Kanal  
0971/78+2 23 85 09 15 oder 0971/78+0 64 85 02 87 4-Kanal  
09 71/7 80 64 Eurofile-Transfer

Ansprechpartner E-Mail: [anzeigen@wochenspiegel-meiningen.de](mailto:anzeigen@wochenspiegel-meiningen.de)  
Telefon 09 71/8 04 01 52, Fax 0 36 93/44 03 45

**Bitte in jedem Fall einen verbindlichen Ausdruck mitschicken.**

## Beilagertermine gebunden an Erscheinungstermine der Zeitung, Schieberecht bei Feiertagen!

Teilbelegungen und Haushaltsdirektverteilungen kalkulieren wir Ihnen auf Anfrage nach Auflage, Gewicht und Beschaffenheit.

<b>Auftragseingang</b>	mindestens 6 Werktage vor Verteilung		
<b>Anlieferung</b>	frei Haus, 3 Tage vor Verteilung		
<b>Beilagenformat</b>	minimal 140 x 150 mm	maximal	245 x 330 mm in Wochenmitte
		maximal	220 x 300 mm am Wochenende

## Empfehlungen für die technische Beschaffenheit von Beilagen

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.

**Verpackung** Die Beilagen sollten in gleichmäßigen Einheiten gebündelt, auf stabilen Eurofachpaletten transportsicher verpackt sein. Die Verpackungshöhe darf inklusive Palette 120 cm nicht überschreiten. Defekte Paletten bzw. Einwegpaletten werden nicht getauscht. Der Palettentausch muss vom Anlieferer quittiert werden.

**Anlieferungsart** **WOCHENSPIEGEL THÜRINGEN:**  
**WOCHENMITTE-AUSGABEN**  
– **DRUCKZENTRUM SUHL** –  
Schützenstraße 2, 98527 Suhl Weitere auf Anfragen!

**WOCHENSPIEGEL AM WOCHENENDE**  
– **DRUCKHAUS KVG** –  
Mühlweg 11, 97720 Nüdlingen

**Anlieferungszeiten** Montag bis Freitag **8.00 bis 16.00 Uhr**

## Begleitpapiere (Lieferschein)

Die Lieferung von Beilagen muss grundsätzlich mit einem korrekten Lieferschein begleitet sein, der folgende Angaben enthält:

- zu belegendes Objekt und zu belegende Ausgaben
- Einsteck- bzw. Erscheinungstermin
- Auftraggeber der Beilage
- Beilagentitel oder Artikelnummer bzw. Motiv
- Absender und Empfänger
- Anzahl der Paletten
- Gesamtzahl der gelieferten Beilagen

**Ferner sind erforderlich:**

- Textgleichheit des Lieferscheines zu Palettenkarte
- bei Anlieferung in Paketen muss an der Stirnseite deutlich erkennbar sein, wie viele Exemplare pro Paket enthalten sind
- besteht die Beilage aus mehreren Teilen, ist eine Verbindung erforderlich

## Letzter Rücktrittstermin

5 Kalendertage vor Erscheinen. Bei nicht termingerechter Anlieferung der Beilagen sowie bei kurzfristigem Rücktritt wird eine Ausfallgebühr in Höhe von 20 % auf der Basis der niedrigsten Gewichtsstufe berechnet. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung bzw. Auslieferung der Zeitung Vorrang gegenüber der Verarbeitung von Beilagen. Bedingt durch maschinelle Verarbeitung muss bei einer normal geeigneten Beilage mit einer Fehlbelegungsquote von 1 bis 2 % gerechnet werden. Fremdbeilagen werden nach technischen Möglichkeiten beigelegt. Eine Alleinbelegung sowie Konkurrenzausschluss können nicht eingeräumt werden. Liegen für einen Tag mehrere Beilagenaufträge vor, können die Prospekte auch ineinander gesteckt der Zeitung beigelegt werden. Die Durchführung des Auftrages ist von der rechtzeitigen Vorlage des Musters abhängig. Werben Beilagen für zwei oder mehr Firmen, werden sie wie zwei oder mehr Beilagen berechnet. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung erwecken, werden nicht angenommen.

## Allgemeine Regelungen für Anzeigen und Beilagen

### Rabatt:

Bei gerichtlichen Vergleichsverfahren oder Konkursen fallen extra bewilligte Rabatte dann weg, wenn die weitere Erfüllung des Vertrages abgelehnt wird.

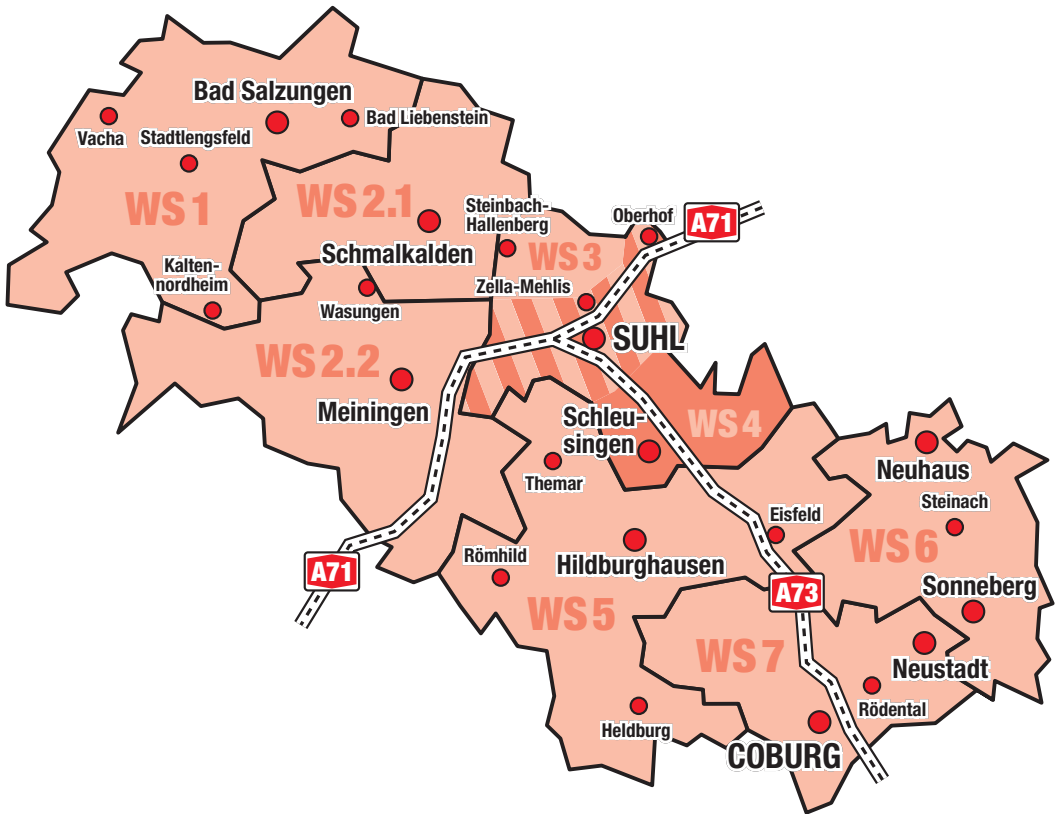
### Zahlungsverzug:

Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offen stehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. Bei Stundungen oder Zahlungsverzug werden Zinsen in Höhe von 3 % über dem gültigen Diskontsatz der Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet.

### Mehrwertsteuer:

Wenn nicht anders angegeben, kommt zu den genannten Preisen die gesetzliche Mehrwertsteuer hinzu.





- WS 1**    **Wochenspiegel Bad Salzungen**
- WS 2.1**    **Wochenspiegel Schmalkalden**
- WS 2.2**    **Wochenspiegel Meiningen**
- WS 3**    **Wochenspiegel Suhl (Wochenmitte)**  
(Suhl u. U. ohne Schleusingen mit  
Raum Steinbach-Hallenberg)

- WS 4**    **Wochenspiegel am Wochenende**  
(Stadt Suhl u. U. mit Schleusingen, ohne  
Raum Steinbach-Hallenberg)
- WS 5**    **Wochenspiegel Hildburghausen**
- WS 6**    **Wochenspiegel Sonneberg**
- WS 7**    **Wochenspiegel Coburg**

Informieren Sie sich bitte auch im Internet unter [www.wochenspiegel-thueringen.de](http://www.wochenspiegel-thueringen.de). Dort finden Sie unsere Mediadata als PDF

Ausg.-KZ neu	Wochenpiegel- Ausgabe	verteilte Auflage	Spalten je Seite	1/1 Seite Millimeter	Geschäftl. gestaltete Anz.					
					Ortspreis €/mm			Grundpreis €/mm		
					Mindestgröße			Mindestgröße		
10 mm s/w	200 mm 2c (1 ZF)	200 mm 4c (2+3 ZF)	10 mm s/w	200 mm 2c (1 ZF)	200 mm 4c (2+3 ZF)					
WS 1	WS Bad Salzungen	31.170	7	3409	0,69	0,83	0,97	0,81	0,97	1,14
WS 2.1	WS Schmalkalden	19.800	7	3409	0,60	0,72	0,84	0,71	0,85	0,99
WS 2.2	WS Meiningen	26.300	7	3409	0,68	0,82	0,95	0,80	0,96	1,12
WS 3	WS Suhl	35.090	7	3409	0,73	0,88	1,02	0,86	1,03	1,20
WS 4	WS am Wochenende (Suhl)	35.890	6	<b>2610</b>	0,73	0,88	1,02	0,86	1,03	1,20
WS 5	WS Hildburghausen	29.320	7	3409	0,65	0,78	0,91	0,76	0,92	1,07
WS 6	WS Sonneberg	32.500	7	3409	0,75	0,90	1,05	0,88	1,06	1,24
WS 7	WS Coburg	47.079	7	3409	0,84	1,01	1,18	0,99	1,19	1,38
KWS 4	WS 3 + WS 4 Suhl + Suhl am Wochenende	70.980	6/7	3409/2610	1,17	1,40	1,64	1,37	1,65	1,92
WSK G	Wochenmitte Gesamt	221.259	7	3409	4,20	5,04	5,88	4,94	5,93	6,92
WSK GA	Gesamtausgabe Wo-Mitte + Wo-Ende	257.149	6/7	3409/2610	4,82	5,78	6,75	5,67	6,80	7,94

**Preise für Beilagen und Haushaltsdirektwerbung** kalkulieren wir gerne auf Anfrage in Abhängigkeit vom Verteilgebiet, der Stückzahl und der Beschaffenheit. Bitte beachten Sie eine Mindestmenge von 5.000 Exemplaren und einen technisch bedingten Zuschuss von mindestens 1 % der zu verteilenden Stückzahl.

ownload und zum Ausdrucken.

Geschäftl. Zeilenanz.				Geschäftl. Zeilenanz. Erotik/Modelle/Kontakte			
Ortspreis €/Zeile		Grundpreis €/Zeile		Ortspreis €/Zeile		Grundpreis €/Zeile	
– nicht rabattfähig –				– nicht rabattfähig –			
Mindestberechnungsgröße: 3 Zeilen							
die ersten drei Zeilen	jede weitere Zeile	die ersten drei Zeilen	jede weitere Zeile	die ersten drei Zeilen	jede weitere Zeile	die ersten drei Zeilen	jede weitere Zeile
5,52	1,84	6,49	2,16	6,90	2,30	8,12	2,71
4,80	1,60	5,65	1,88	6,00	2,00	7,06	2,35
5,44	1,81	6,40	2,13	6,80	2,27	8,00	2,67
5,84	1,95	6,87	2,29	7,30	2,43	8,59	2,86
5,84	1,95	6,87	2,29	7,30	2,43	8,59	2,86
5,20	1,73	6,12	2,04	6,50	2,17	7,65	2,55
6,00	2,00	7,06	2,35	7,50	2,50	8,82	2,94
6,72	2,24	7,91	2,64	8,40	2,80	9,88	3,29
nicht belegt	nicht belegt	nicht belegt	nicht belegt	nicht belegt	nicht belegt	nicht belegt	nicht belegt
39,52	13,17	46,49	15,50	49,40	16,47	58,12	19,37
45,36	15,12	53,36	17,79	56,70	18,90	66,71	22,24

Berechnung Farbzuschlag unterhalb der Mindestberechnungsgröße:

(Farb-Millimeterpreis - s/w-Millimeterpreis) x Mindestgröße = Farbzuschlag auf den s/w-Preis der Anzeige

**Seitenzahl und -breite:**

1-spaltig	2-spaltig	3-spaltig	4-spaltig	5-spaltig	6-spaltig	7-spaltig
44,5 mm	91,25 mm	138 mm	184,75 mm	231,5 mm	278,25	325 mm

**Wochenspiegel Bad Salzungen/  
Schmalkalden  
WS 1 / WS 2.1**36433 Bad Salzungen, Andreasstraße 11  
Tel. (0 36 95) 55 53 00, Fax (0 36 95) 55 53 04  
bad-salzungen@wochenspiegel-thueringen.de**Außenstelle Schmalkalden  
WS 2.1**98574 Schmalkalden, Hoffnung 26  
Tel. (0 36 83) 69 76 27, Fax (0 36 83) 69 76 19  
schmalkalden@wochenspiegel-thueringen.de**Wochenspiegel Meiningen  
WS 2.2**98617 Meiningen, Neu Ulmer Straße 8  
Tel. (0 36 93) 44 03 29, Fax (0 36 93) 44 03 45  
anzeigen@wochenspiegel-meiningen.de**Wochenspiegel Suhl  
WS 3/WS 4**98527 Suhl, Friedrich-König-Straße 6  
Tel. (0 36 81) 45 39 11, Fax (0 36 81) 45 39 13  
suhl@wochenspiegel-thueringen.de**Wochenspiegel Hildburghausen  
WS 5**98646 Hildburghausen, Schleusinger Straße 6–8  
Tel. (0 36 85) 44 66 60, Fax (0 36 85) 44 66 70  
hildburghausen@wochenspiegel-thueringen.de**Wochenspiegel Sonneberg  
WS 6**96515 Sonneberg, Bahnhofstraße 60  
Tel. (0 36 75) 75 07 41, Fax (0 36 75) 75 07 40  
sonneberg@wochenspiegel-thueringen.de**Wochenspiegel Coburg  
WS 7**96450 Coburg, Friedrich-Rückert-Straße 73  
Tel. (0 95 61) 85 02 71, Fax (0 95 61) 85 02 74  
coburg@wochenspiegel-thueringen.de**KONTAKT ZUM VERLAG/HOMEPAGE/E-MAIL****Anschrift****WOCHENSPIEGEL THÜRINGEN GMBH & Co. KG**  
Schützenstraße 2, 98527 Suhl**Homepage****[www.wochenspiegel-thueringen.de](http://www.wochenspiegel-thueringen.de)****Geschäftsführung****Thomas Regge****Verlagsleitung****Gerd Fuhrmann**

Tel. (0 36 81) 8 51-3 33, Fax (0 36 81) 8 51-3 02

E-Mail: [Verlagsleitung@wochenspiegel-thueringen.de](mailto:Verlagsleitung@wochenspiegel-thueringen.de)**Verkaufsleitung****Andreas Hörholdt**

Tel. (0 36 85) 44 66 62, Fax (0 36 85) 44 66 70

Mobil (01 71) 2 25 17 50

E-Mail: [WSverkauf@wochenspiegel-thueringen.de](mailto:WSverkauf@wochenspiegel-thueringen.de)**Anzeigen-Disponent**

Tel. (0 36 81) 8 51-3 19, Fax (0 36 81) 8 51-3 42

E-Mail: [dispo@wochenspiegel-thueringen.de](mailto:dispo@wochenspiegel-thueringen.de)**Beilagen-Disponent**

Tel. (0 36 81) 8 51-2 75, Fax (0 36 81) 8 51-2 49

E-Mail: [beilagen@wochenspiegel-thueringen.de](mailto:beilagen@wochenspiegel-thueringen.de)

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und

1. "Anzeigenauftrag" im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als "Werbungtreibende" bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Ein "Abschluss" ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweilige Veröffentlichung auf Abruf des Auftraggebers erfolgt. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen oder anderen Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
5. Aufträge für Anzeigen oder andere Werbemittel, die nur in bestimmten Hefnummern, 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.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort "Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Anzeigen oder andere Werbemittel Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und deren Billigung bindend. Anzeigen oder andere Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist alleine der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.
9. Entsprechen die Anzeigen oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Gläubigers steht oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen.  
Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.  
Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.
10. 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 bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
12. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einzelzinskosten 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 Er-

**Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften**

scheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
15. a) Aus einer Auflagenminderung kann vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 15. b) nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie
- |                                  |         |                             |
|----------------------------------|---------|-----------------------------|
| bei einer Garantieauflage bis zu | 50 000  | Exemplaren 20 v. H.,        |
| bei einer Garantieauflage bis zu | 100 000 | Exemplaren 15 v. H.,        |
| bei einer Garantieauflage bis zu | 500 000 | Exemplaren 10 v. H.,        |
| bei einer Garantieauflage über   | 500 000 | Exemplaren 5 v. H. beträgt. |

Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.

15. b) (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen von Titeln mit weniger als zweimal wöchentlichem Erscheinen, die heftbezogene Auflagen Daten veröffentlichen.) Abweichend von Nummer 15. a) berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagen Daten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Die der Garantie zu Grunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagen durchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde.

Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb eines Insertionsjahres.

Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2500 Euro beträgt.

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

Die Eingänge auf Ziffermanzeigen 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 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 500g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen.

Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch 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 der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.
18. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
19. Im Geschäftsverkehr mit Käufern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Käufern nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Käufern, 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 Verlages vereinbart.
19. Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
20. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Bei Änderungen der Preisliste treten die neuen Bedingungen mit dem Datum der neuen Preisliste in Kraft. Der Verlag behält sich vor, bei Änderung der Preisliste und der Geschäftsbedingungen, diese auch bei bereits vorliegenden Rabattabschlüssen zur Anwendung zu bringen.
21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mehr als 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzugeben; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

22. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Auftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag 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.  
Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, 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 örtlich unbegrenzt übertragen.
23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderung aus Gründen von Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 15 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.

## *Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages*

24. Die Werbemittel 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 Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Unabhängig der Vermittlung behält sich der Verlag die endgültige Auftragsannahme vor.
25. Bei Änderung der Preisliste treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich schriftlich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
26. Sind in der Anzeigenpreisliste Bezirksausgaben oder sonstige Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen aufgeführt, so ist – sofern nicht die Gesamtauflage belegt wird – für jede Ausgabe oder Ausgabenkombination ein besonderer Anzeigenabschluss zu tätigen.
27. 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.  
Für jeden Kunden ist ein eigener Rabattschluss erforderlich. Eine Zusammenfassung verschiedener, rechtlich voneinander unabhängiger und kapitalmäßig nicht verbundener Unternehmen zu einem Abschluss ist nicht möglich. Voraussetzung für die Gewährung eines Konzernrabattes ist eine kapitalmäßige Beteiligung von mehr als 50 Prozent.
28. Ein Ausschluss von Anzeigen- und Beilagenaufträgen von Mitbewerbern kann weder für eine bestimmte Ausgabe noch für einen bestimmten Zeitraum zugesichert werden. Bei Beilagen behält sich der Verlag Mehrfachbelegung vor.
29. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsbliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführend oder getäuscht wird. Bei unklaren Anzeigen oder für die Veröffentlichung nicht geeigneter Texte behält sich der Verlag vor, Änderungen oder Streichungen vorzunehmen, wenn aus Zeitgründen eine Rückfrage bei dem Auftraggeber nicht möglich ist.
30. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen übernimmt der Verlag keine Haftung. Dies gilt ebenfalls für die Vorlage von undeutlich geschriebenen Texten wie für undeutlich übermittelte Telefax.
31. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen wird kein Nachlass oder Ersatz gewährt, wenn der Besteller nicht vor der nächsten Einschaltung auf den Fehler hinweist. Dies gilt sinngemäß auch für mitgeteilte Abbestellungen.  
Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch auf Nachlass oder Ersatz, ebenso ein Abweichen von der Satzvorlage, der Schriftart und -größe.
32. Anzeigen- und Beilagenaufträge vom Einzelhandel, Handwerk und von gewerblichen Unternehmen, die im Verbreitungsgebiet ansässig sind, dazu zählen auch selbstständig werbende Filialbetriebe und Zweigniederlassungen, werden über Werbemittel zum Grundpreis angenommen und verprovisioniert. Volle Provision nur bei kompletter Auftragsabwicklung.  
Markenartikelhersteller sowie Verkaufsagenturen, Verkaufsstellen und Zweigniederlassungen von überregionalen Verkaufsorganisationen, deren Werbung zentral durchgeführt wird, sind keine Lokalinserenten im Sinne der Preisliste. Die Entscheidung darüber hat der Verlag.
33. Bei Ziffernanzeigen ist der Auftraggeber verpflichtet, die den Angeboten beigegebenen Anlagen zurückzusenden. Eine Gewähr für rechtzeitige Weitergabe von Angeboten auf Ziffernanzeigen wird nicht übernommen.
34. Der Verlag behält sich vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen, Kollektiven, PR-Beilagen, PR-Seiten und Sonderwerbformen besondere Anzeigenpreise festzusetzen. Mündlich getroffene Vereinbarungen sind erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag bindend.
35. Abbestellungen und Änderungen müssen schriftlich erfolgen und bis zum Anzeigenschluss vorliegen. Bei Abbestellung einer Anzeige werden 25 % des Anzeigenpreises für Satzkosten bzw. Bearbeitungsgebühren berechnet. Rückzuvergebende Anzeigenbeiträge werden um diese Gebühren gekürzt. Bei nicht rechtzeitig eingegangenen Beilagen werden die entstandenen Kosten verrechnet.
36. Dem Verlag schriftlich zugehende Anzeigenaufträge werden ihrer Bedeutung nach in der Gesamtauflage veröffentlicht, falls die gewünschte Teilausgabe, in der die Anzeige erscheinen soll, nicht ausdrücklich vermerkt ist. Platzierungsvorhaben können nur im Rahmen der unbruchtechnischen Möglichkeiten berücksichtigt werden.
37. Auf Anzeigen für Verlagszerzeugnisse wird ein Kollegenrabatt von 10 v. H. gewährt, wenn die Aufträge direkt vom Verlag zu Verlag abgewickelt werden.
38. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Dies gilt auch sinngemäß bei Arbeitskampf-Maßnahmen.

39. Anspruch auf Korrekturabzug besteht nur bei Aufgabe der Anzeigen 3 Arbeitstage (am Ort) bzw. 4 Arbeitstage (auswärts) vor Erscheinen.
40. Der Auftraggeber trägt allein 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 diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er sisiert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen ist. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen sisierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. Durch die Erteilung von Anzeigen und Beilagenaufträgen verpflichtet sich der Auftraggeber, die Kosten einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der Veröffentlichung beziehen, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
41. Besondere Gestaltungswünsche bei Anzeigen, die von der Norm des Verlages abweichen, werden bei einem Aufschlag von 25 % im Rahmen des Möglichen ausgeführt.
42. Die Chiffregebühr wird als Verwaltungspauschale erhoben. Eine Rückerstattung ist nicht möglich, falls keine Offerten eingehen. Sonderformate, welche über die Standardformate von Briefsendungen hinausgehen, werden in der Höhe der zusätzlich anfallenden Portogebühren weiterberechnet. Gegenstände oder Warenproben werden nicht weitergeleitet.
43. Bei Zahlungsverzug sind Verzugszinsen in Höhe von 3 % über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank zu zahlen. Die Geltendmachung weiteren Verzugschadens wird hierdurch nicht ausgeschlossen.

### **Zusätzliche Geschäftsbedingungen für digitale Anzeigenvorlagen**

1. Eine digitale Anzeigenunterlage ist gegeben, wenn die Datei vom Auftraggeber als elektronischer Datenträger – online oder offline – an den Verlag übergeben wird.
2. Für den der Anzeigendatei zu Grunde liegenden Anzeigenauftrag gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages unverändert fort, werden jedoch bzgl. der Beschaffenheit und Weiterverarbeitungsanforderungen durch diese Besonderen Geschäftsbedingungen ergänzt.
3. Bedient sich der Auftraggeber bezüglich der Weitergabe der Anzeigenunterlage bzw. der Verlag zu deren Empfang eines Dritten, so bleiben Auftraggeber und/oder Verlag Verpflichtete aus diesen Besonderen Geschäftsbedingungen.
4. Der Verlag nimmt digitale Anzeigenvorlagen nur an, wenn diese den in den vom Verlag herausgegebenen "Richtlinien zur Anlieferung digitaler Anzeigen" bestimmten Anforderungen entsprechen.
5. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, die digitale Anzeigenvorlagen beinhalten, abzulehnen, sofern deren Beschaffenheit nicht diesen Besonderen Geschäftsbedingungen entspricht.
6. Für die rechtzeitige und einwandfreie Übergabe der digitalen Anzeigendatei ist der Auftraggeber verantwortlich.
7. Fehlerhaft übergebene digitale Anzeigenunterlagen bzw. beschädigte Datenträger gehen ebenso zu Lasten des Auftraggebers wie der Ausfall des Übertragungsweges.
8. Bezüglich der Übergabe von digitalen Anzeigenunterlagen durch den Auftraggeber ist der Verlag von jeglicher Haftung und Gewährleistung frei.
9. Der Auftraggeber ist beweispflichtig, dass er die digitale Anzeigenunterlage ordnungsgemäß an den Verlag übermittelt hat.
10. Ist für den Verlag im Rahmen der betriebsüblichen Arbeitszeit/-weise erkennbar, dass eine digitale Anzeigenunterlage fehlerhaft übergeben wurde und lässt sich dennoch der Auftraggeber ermitteln, so fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.
11. Ist (sind) die nachfolgende(n) Übergabe(n) wiederum erkennbar fehlerhaft, so ist der Verlag nicht verpflichtet, gegenüber dem Auftraggeber erneut Ersatz anzufordern. Sobald der Verlag im Rahmen der betriebsüblichen Arbeitszeit/-weise feststellt, dass die digitale Anzeigenunterlage nach dem (den) mangelhaften Übergabeversuch(en) fehlerfrei übermittelt ist, bestätigt der Verlag dies dem Auftraggeber. Diese Bestätigung bezieht sich ausschließlich auf den Vorgang der elektronischen Übergabe der Anzeigenunterlagen und enthält nicht die Zusicherung bestimmter Eigenschaften bzgl. des Abdrucks/der Verbreitung der Anzeige bzw. die Übernahme einer inhaltlichen Verantwortlichkeit.
12. Der Verlag ist nicht verpflichtet, digitale Anzeigenunterlagen, die nicht diesen Besonderen Geschäftsbedingungen entsprechen, in eine veröffentlichungsfähige Form zu bringen. Erklärt sich der Verlag bereit, einer entsprechenden Aufforderung des Auftraggebers nachzukommen, so schließen Auftraggeber und Verlag insoweit eine gesonderte Vereinbarung, in der auch die Höhe der Vergütung des zusätzlichen Aufwandes bestimmt wird.
13. Die vom Verlag eröffnete Möglichkeit, digitale Anzeigenunterlagen auf seinem Rechner zu hinterlegen, bedeutet nicht die Annahme des Anzeigenauftrages durch den Verlag.
14. Der Auftraggeber sichert dem Verlag zu, im Besitz aller Rechte bzgl. der digitalen Anzeigenübergabe (inkl. der verwandten Schriften) zu sein. Insoweit stellt der Auftraggeber den Verlag von Ansprüchen Dritter frei.
15. Der Auftraggeber (bzw. ein von ihm eingeschalteter Dritter) ist verpflichtet, die digitale Anzeigenunterlage bis zum Abschluss des Anzeigenauftrages in seinem Rechner zu speichern. Der Verlag ist – gegebenenfalls gegen Kostenerstattung – befugt, vom Auftraggeber die Übermittlung einer Kopie der abgespeicherten digitalen Anzeigenunterlage zu verlangen. Ist dem Verlag dieser Rückgriff verwehrt, weil der Auftraggeber die Speicherung der digitalen Anzeigenvorlage unterlassen hat, und ist im Verlag ein Zugriff auf die digitale Anzeigenunterlage unmöglich geworden, stehen dem Auftraggeber keine Ersatzansprüche gegenüber dem Verlag zu.
16. Der Verlag ist – sofern nicht ausdrücklich eine abweichende schriftliche Vereinbarung getroffen ist – nicht verpflichtet, digitale Anzeigen über den Abschluss des Anzeigenauftrages hinaus zu speichern bzw. Datenträger, auf denen die digitalen Anzeigen gespeichert sind, an den Auftraggeber zurückzugeben.
17. Dem Auftraggeber übersandte Papierabzüge digital übergebener Anzeigenunterlagen (Korrekturabzüge) sind aufgrund der gegebenen technischen Bedingungen nicht immer in der Lage, die Qualität der zu veröffentlichenden Anzeige in jeder Einzelheit exakt wiederzugeben.
18. Einen Anspruch auf Übersendung von Korrekturabzügen digital übergebener Anzeigenunterlagen hat der Auftraggeber nur, wenn dies mit dem Verlag gesondert schriftlich vereinbart ist.
19. Ist die digitale Anzeigenunterlage bzw. ihr elektronischer Übergabevorgang mit Viren behaftet, so ist der Auftraggeber verpflichtet, dem Verlag den daraus entstandenen Schaden zu ersetzen.
20. Der Verlag ist berechtigt, die Besonderen Geschäftsbedingungen für digitale Anzeigenunterlagen jederzeit zu ändern.

Die abgeänderten Besonderen Geschäftsbedingungen werden zwei Monate nach Ankündigung gegenüber dem Auftraggeber wirksam.

21. Soweit in diesen Besonderen Geschäftsbedingungen auf die Schriftform Bezug genommen wird, ist auch die elektronische Schriftform zulässig.

## **Zusätzliche Geschäftsbedingungen für Direktverteilungen**

1. "Verteilauftrag" im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Verteilung von Druckschriften, Warenproben u. a.
2. Ein "Verteilauftrag" gilt als angenommen, wenn die schriftliche Bestätigung seitens des Verteilers vorliegt und die Bedingungen gemäß Punkt 6 erfüllt sind.
3. Für die Abwicklung des Auftrags sind die Angaben aus der jeweils gültigen Preislishtaftabgebend. Abweichungen sind möglich. Vereinbarungen hierüber, auch hinsichtlich der Preisgestaltung können nur schriftlich getroffen werden.
4. Die Verteilung erfolgt grundsätzlich zu den mit dem Kunden vereinbarten Terminen. Ausnahmen hiervon bilden die Gründe gemäß Punkt 14 dieser Bedingungen. Eventuelle gebietsweise auftretende Verspätungen rechtfertigen nicht die Kürzung des Rechnungsbetrages bzw. eine Forderung auf Schadenersatz. Die Verteilung von Druckschriften, Warenproben u. a. anderer Auftraggeber zum gleichen Termin und gleicher Zeit kann nicht ausgeschlossen werden.
5. Grundlage für die Durchführung von Verteilungen sind die nachfolgenden Verteilrichtlinien:
  1. Zustellung eines Exemplars in zugängliche Briefkasten der Privathaushalte in den festgelegten Verteilbezirken.
  2. Keine Briefkastenverteilung erfolgt in allen Häusern, die weder eine Briefkastenanlage noch eine Aufzulanlage besitzen. Dies gilt ebenso für alle Häuser, in denen eine Briefkastenverteilung untersagt ist. In diesen Häusern wird eine am Bedarf orientierte Ablage an geeigneter Stelle innerhalb des Hauses vorgenommen.
  3. Keine Zustellung erfolgt in den Häusern, für die der Zugang nicht möglich ist.
  4. Keine Zustellung erfolgt dort, wo ein Zustellverbot "Keine Werbung" etc. besteht. Zusteller/Subunternehmer sind verpflichtet, diese Briefkastenhinweise strikt zu beachten. Bei schuldhafter Missachtung erfolgt sofortiger Ausschluss von der Verteilung. Zusteller/Subunternehmer werden regelmäßig auf ihre Sorgfaltspflicht, Zustellverbote zu beachten, hingewiesen und entsprechend geschult. Die Beachtung der Hinweise wird stichprobenartig überprüft, in schriftlichen Kontrollberichten dokumentiert und archiviert.
6. Der Verteiler behält sich vor, Aufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen. Bei Auftragserteilung ist dem Verteiler ein Muster vorzulegen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für die rechtzeitige, vollständige und korrekte Anlieferung des Verteilgutes ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Anlieferung muss "frei Haus" an unsere Anlieferadresse erfolgen. Bei nicht rechtzeitiger Anlieferung berechnet der Verteiler die entstandenen Bereitstellungskosten. Für erkennbare Fehlmängel oder Beschädigungen fordert der Verteiler Ersatz an, sofern es innerhalb der Bearbeitungs- und Verteilzeit möglich ist. Nicht zu ersetzende Fehlmeldungen werden berechnet, soweit Bereitstellungs- und Verwaltungskosten entstanden sind. Bei nicht transportgerecht angelieferter Ware trägt der Auftraggeber die dadurch entstandenen Mehrkosten (z. B. Bündelung/Verschmürung).
8. Ansprüche aus Reklamation verjähren binnen eines Jahres. Der Verteiler gewährleistet eine mindestens 90%-ige Belieferung der erreichbaren Haushalte des im Auftrag festgelegten Verteilgebietes bezogen auf den Gesamtauftrag und das Gesamtverteilgebiet. Reklamationen müssen innerhalb von 48 Stunden nach Verteilzeit geltend gemacht werden. Reklamationen werden nur anerkannt, wenn sie Tag, Ort, Straße und Hausnummer des Reklamierenden sowie Namen des Reklamierenden und eine genaue Beschreibung der Umstände enthalten. Ansprüche aus Reklamationen verjähren binnen eines Jahres.
9. Unbedeutende Restmengen brauchen vom Verteiler nur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers auf Lager gehalten werden. Im Übrigen ist der Verteiler verpflichtet, das übrig gebliebene Werbegut bis zu höchstens einer Woche zu lagern bzw. die Lagerung sicher zu stellen. Für Werbegut, das mehr als eine Woche vor dem Verteiltermin bzw. Verteiltag eintrifft, oder das sich noch eine Woche danach am Verteilort bzw. Ausgangspunkt befindet, entfällt jegliche Haftung durch den Verteiler.
10. Der Verteiler ist ermächtigt, erforderlichenfalls Subunternehmer einzusetzen. Die Haftung des Verteilers bleibt in diesem Fall bestehen.
11. Rechnung wird sofort erteilt, Nachlässe werden nicht gewährt. Die Rechnung ist sofort nach Rechnungserhalt fällig.
12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 5% über dem jeweiligen Basiszinssatz sowie die Einziehungskosten berechnet.
13. Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Vereinbarungen mit dem Verteiler zu halten. Die vom Verteiler gewährte Mitlungvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Voraussetzung für die Provisionszahlung an Werbemittel ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittel erteilt wird.
14. Bei fernmündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verteiler keine Haftung für die Ausführung. Abbestellungen oder Änderungen müssen schriftlich erfolgen. Änderungen und Stornierungen vereinbarter Verteiltermine sind grundsätzlich möglich und für den Auftraggeber kostenfrei, wenn die Mitteilung spätestens 15 Arbeitstage vor dem vorgesehenen Verteiltag schriftlich beim Auftragnehmer vorliegt. Wird diese Frist unterschritten, ist der Verteiler berechtigt, vom Auftraggeber die bis dahin entstandenen bzw. dadurch entstehenden Aufwendungen zu verlangen, mindestens jedoch 10% vom Nettoauftragswert. Dem Auftraggeber bleibt unbenommen nachzuweisen, dass kein oder ein geringerer Schaden dem Auftragnehmer entstanden ist.
15. Im Falle höherer Gewalt oder bei rechtmäßigem Arbeitskampf erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und die Leistung von Schadenersatz.
16. Die Aufrechnung mit Gegenforderungen ist nur insoweit zulässig, als diese anerkannt oder rechtskräftig gerichtlich festgestellt sind. Das gleiche gilt für die Ausübung von Zurückbehaltungsrechten.
17. Der Schadenersatz ist auf den typischen vorhersehbaren Schaden begrenzt. Schadenersatz wird ausschließlich durch eine Gutschrift des Verteilers, maximal bis zur Hälfte des vertragsgemäßen Rechnungsbetrages geleistet. Diese Beschränkung gilt nicht bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.
18. Der Verteiler haftet im Übrigen weder für den Erfolg der Werbemaßnahme, noch für den Inhalt des Werbegutes. Sofern er von Dritten in Anspruch genommen wird, stellt ihn der Auftraggeber von der Haftung frei, bzw. tritt er für die entstehenden Aufwendungen, insbesondere Rechtsverfolgungskosten, in vollem Umfang ein.
19. Erfüllungsort und Gerichtsstand sind der Sitz des Verteilers. Sämtliche Ansprüche aus dem Verteilerauftrag erlöschen binnen eines Jahres.

# **Werbung für Sie!**

## **Der WochenSpiegel bringt's:**

Internet: [www.wochenspiegel-thueringen.de](http://www.wochenspiegel-thueringen.de)  
E-Mail: [service@wochenspiegel-thueringen.de](mailto:service@wochenspiegel-thueringen.de)

HESSEN

THÜRINGEN



BAYERN

### **...hier werden Sie gelesen!**