

Allgemeine Geschäftsbedingungen – Stand: 01.01.2015

1. Auftrag: Auftragsauftrag im Sinn 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. Abschluss: Anzeigen sind für das Rumpffahr bzw. das folgende Kalenderjahr nach Vertragsabschluss abzurufen.
3. Menge: Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der Vertragsdauer auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Nichterfüllung: Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt dem Verlag zu erstatten.
5. Vertragserfüllung: Die Abnahmemengen können unabhängig vom Vertragsabschluss in der Mengen- oder Malstaffel erfüllt werden.
6. Laufzeit: Der Auftrag verlängert sich automatisch um ein weiteres Kalenderjahr, wenn nicht drei Monate vor Ablauf gekündigt wird. Für jedes Verlängerungsjahr gilt die Abnahmemenge des jeweiligen Vorjahres und zwar mit der Maßgabe, dass der tatsächlich erreichte Rabatt als Vorgabe für das nächste Jahr eingeräumt wird.
7. Platzierung: Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, 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.
8. Textteil: Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort »Anzeige« deutlich kennbar gemacht.
9. Ablehnungsgründe: Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, 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. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.
10. Unterlagen: Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen 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.
11. Reklamation: 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. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschuldung bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende/n Anzeige oder Beilagen zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters oder seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleiben unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeiten von Erfüllungsgehilfen, in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
12. Korrekturbzüge: Nur auf ausdrücklichen Wunsch. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
13. Abdruckhöhe: Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.
14. Zahlungsfrist: Fällige Beträge sind innerhalb der aus der Rechnung ersichtlichen, vom Ausstellungsdatum an laufenden Frist zu bezahlen.
15. Zahlungsverzug: 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 Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
16. Belege: Der Verlag liefert mit der Rechnung je nach Art und Umfang der Anzeige einen Beleg, außer bei Klein- und Fließsatzanzeigen.
17. Mehrkosten: Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
18. Auflagen: Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verteilte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 25 % bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 20 % bei einer Auflage bis zu 300.000 Exemplaren 15 % beträgt. 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.
19. Chiffre: Bei Ziffermanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffermanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

20. Aufbewahrungspflicht: Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
21. Gerichtsstand: Mit Auftragserteilung wird – auch entgegen anderslautender Auftragschreiben – als Erfüllungsort der Sitz des Verlages anerkannt. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, 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-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt, oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen – Stand: 01.01.2015

- a) Änderungen: Etwaige Anzeigen-Abbestellungen oder Anzeigen-Änderungen sind schriftlich mit genauer Angabe des Textes und der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschluss, bei Beilagenaufträgen wenigstens vier Wochen vor dem Streutermen zu übermitteln. Bei Abbestellungen gehen bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers.
- b) Agenturvergütung: Werbeagenturen erhalten eine Mittlervergütung für Anzeigen- und Beilagenaufträge von Werbungstreibenden des Einzelhandels, Handwerks und Gewerbes aus dem Vorbereitungsgebiet, wenn die Aufträge zum Grundpreis abgerechnet werden. Voraussetzung ist, dass die Werbeagentur auch die gesamte Auftragsabwicklung übernimmt, die Aufträge dem Verlag unmittelbar erteilt und Texte bzw. Druckunterlagen direkt anliefert. Bei Anzeigenaufträgen, die zu abweichenden Preisen disponiert werden, wird der Werbeagentur keine Provision eingeräumt.
- c) Agenturaufträge: Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- d) Sonderpreise: Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen und Kollektionen Sonderpreise festzusetzen.
- e) Beilagen: Prospekte und Beilagen dürfen keine Fremdanzeigen enthalten. Wirbt eine Beilage für zwei oder mehrere Firmen, so wird sie wie zwei oder mehrere Beilagen abgerechnet. Ein Muster der Beilagen muss dem Verlag vier Tage vor Erscheinen zur Prüfung vorliegen. Der Verlag verteilt Beilagen mit geschäftsbühler Sorgfalt, wobei bis zu 8% Fehlzustellungen oder Verlust als verkehrsbühler gelten. Im Fall höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.
- f) Verantwortlichkeit: Bei allen Anzeigen und Beilagen haftet der Auftraggeber für Weiterungen und Schädigungen, die sich für den Verlag, insbesondere auf Grund presserechtlicher Vorschriften, aus dem Inhalt der Anzeige ergeben können. Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für Insertionen zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen ein; dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegen-darstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
- g) Zinsen/Mahngebühren: Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 4 1/2 v. H. über dem jeweils gültigen Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank berechnet. Außerdem erhebt der Verlag Mahngebühren zur Kostendeckung des Verwaltungsaufwandes.
- h) Vorkasse: Der Verlag behält sich vor, für Anzeigen- und Beilagenaufträge Vorkasse zu verlangen. Eine zu leistende Vorauszahlung muss mindestens einen Werttag vor dem Anzeigenschlusstermin beim Verlag oder auf dessen Bankkonto in vereinbarter Zahlweise eingegangen sein, damit ein pünktliches Erscheinen der Anzeige gewährleistet ist.
- i) Rabatte: Rabatte werden nur bei vorliegenden schriftlichen Abschlüssen analog zur Mal- oder Mengengestaffel oder auf Rückvergütung gewährt. Rückwirkende Rabattabschlüsse sind nicht möglich.
- j) Konzernrabatt: Wenn die entsprechende Tochterfirma zu mehr als 50% zum Konzern zugehörig ist, kann ohne besonderen Vertragsabschluss Konzernrabatt gewährt werden. Hierüber muss dem Verlag eine schriftliche Bestätigung vorliegen.
- k) Sonderrabatte: Sonderrabatte, die auf bestimmte Anzeigen gewährt werden, z. B. 50% für karitative Organisationen, schließen weitere Rabatte nach der Mengen- bzw. Malstaffel aus.
- l) Vergleich/Konkurs: Als rabattierfähiger Umsatz gilt nur die Abnahmemenge, die auch bezahlt ist. Im Falle eines Vergleichsverfahrens (gerichtlicher und außergerichtlicher Vergleich) bzw. bei Eröffnung eines Konkursverfahrens wird auf den Stichtag der Eröffnung des jeweiligen Verfahrens eine Rabattabrechnung erstellt. Wird der bereits gewährte Rabatt entsprechend des Anzeigentarifs nicht erreicht, erfolgt eine entsprechende Rückbelastung. Für die nicht bezahlten Anzeigen besteht kein Anspruch auf Rabatt. Sofern ein entsprechender Rabatt gewährt wurde, erfolgt eine entsprechende Rückbelastung. Bei Konkursen und Vergleichen entfällt jeglicher Rabatt.
- m) Aufgabenerfüllung: Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und Vergleichen – 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 verteilten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die normalerweise verteilte Auflage zur tatsächlich angelieferten Auflage steht.
- n) Druckmängel: Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat dieser bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- o) Preisangaben: Basis ist ausschließlich die aktuelle Preisliste in Verbindung mit der effektiven Abdruckhöhe einer Anzeige. Mündliche/telefonische Preisangebote auf Grund von Größenschätzungen sind nur Richtwerte und völlig unverbindlich.
- p) Farbanzeigen: Der Verlag behält sich vor, aus Gründen der Zuordnung oder wegen technischer Gegebenheiten Farbanzeigen mit gleichen oder unterschiedlichen Zusatzfarben auf einer Seite zu platzieren.
- q) Internetveröffentlichungen: Dem Kunden ist bekannt, dass seine Print-Anzeige auch auf der URL des WP-Verlages veröffentlicht wird. Mit dieser Veröffentlichungsart erklärt sich der Kunde ausdrücklich einverstanden.
- r) Bei Bankinzug muss uns ein schriftliches Mandat erteilt werden. Dieser erfolgt als SEPA-Basislastschrift unter Angabe der Gläubiger- und Mandat-ID zum auf der Rechnung angedruckten Termin (Vorankündigung).
- s) Aus logistischen Gründen müssen Vertriebsreklamationen bis spätestens 72 Stunden nach Erscheinen vorliegen. Danach ist eine ergebnisorientierte Überprüfung durch eine telefonische Nachkontrolle nicht mehr durchführbar.