

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn 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 dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. 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.

7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – 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 Musters 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. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. 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.

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 Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens 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 Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg 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 der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne

Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Sollte aus der Vertragsbeziehung eine Meinungsverschiedenheit entstehen, ist die Schwäbischer Verlag GmbH & Co. KG Drexler, Gessler zur Durchführung eines für den Kunden kostenfreien Vermittlungsverfahrens von einer anerkannten Verbraucherschlichtungsstelle bereit. Bei etwaigen Beschwerden können sich die Kunden daher an

Allgemeine Verbraucherschlichtungsstelle
des Zentrums für Schlichtung e. V.
Straßburger Str. 8
77694 Kehl
Telefon: +49 7851 79579 40
Telefax: +49 7851 79579 41
Internet: www.verbraucher-schlichter.de
E-Mail: mail@verbraucher-schlichter.de

wenden. Sollte dort keine Einigung erzielt werden, steht – ohne vorherigen Schlichtungsversuch bei einer staatlich anerkannten Stelle – der Rechtsweg offen.

16. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden elektronisch 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.

17. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

18. 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 verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) 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 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen 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. 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 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 80 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, 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.“

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

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

21. Der Auftraggeber willigt ein, dass alle Traueranzeigen, die in den Tageszeitungen des Schwäbischen Verlags erscheinen, zusätzlich und ohne weitere Kosten für den Auftraggeber auch auf dem Online-Trauerportal <http://trauer.schwaebische.de/> des Schwäbischen Verlags veröffentlicht werden. Der Auftraggeber hat die Möglichkeit der Online-Veröffentlichung jederzeit zu widersprechen. Der Widerspruch ist zu richten an trauer@schwaebische.de.

22. Für den Fall, dass aufgrund gesetzlicher Neuregelungen im Bereich des Tarifvertrags- und/oder Arbeitsrechts, die erheblichen Einfluss auf die Kosten des Auftragnehmers hinsichtlich der Zustellung/Verteilung haben, insbesondere die Einführung eines gesetzlichen Mindestlohns im Bereich der Vergütungsverteilung, eine Neukalkulation der Vergütungskonditionen erforderlich wird, so verpflichten sich die Parteien, auf Anforderung einer der Parteien über die Höhe der Vergütung neu zu verhandeln. Kann eine Einigung hinsichtlich der Höhe der Vergütung nicht erzielt werden, so steht beiden Parteien ein sofortiges Sonderkündigungsrecht zu.

23. Der Verlag bietet seinen Kunden umfassende Dienstleistungen im Werbemarkt an. Um diese Dienstleistungen – auch über den Zweck des jeweils abgeschlossenen Vertrages hinaus – in allen Fragen zu den Dienstleistungen des Verlages zu ermöglichen, willigt der Auftraggeber ein, dass der Verlag die unten aufgeführten Daten des Auftraggebers für die Datenverarbeitung verwendet und zur künftigen Werbung gegenüber dem Auftraggeber, insbesondere durch personalisierte Werbung, verwendet und nutzt. Soweit der Verlag für diese Zwecke Berater einsetzt, die ausschließlich für den Verlag tätig sind, können diese Angaben zum gleichen Zweck auch an diese zuständigen Berater zur dortigen Datenverarbeitung und -nutzung übermittelt werden.

Verwendet, genutzt und übermittelt werden dürfen: Personalien (Name, Anschrift, E-Mail-Adresse, Telefon, Fax). **Die vorstehende Einwilligungserklärung ist freiwillig und kann – ohne Einfluss auf die Geschäftsbeziehung – jederzeit für die Zukunft widerrufen werden.**

24. 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 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, 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

a) Der Verlag wendet bei der Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er vom Auftraggeber irreführt oder getäuscht wird. Der Inserent verpflichtet sich, 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.

b) 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 Vertrags, auch wenn er nicht rechtzeitig sistiert wurde, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.

c) Konzernnachlass wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt, und zwar ab einer Beteiligung von mehr als 50 %. Keine Anwendung findet er zum Beispiel beim Zusammenschluss verschiedener selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.

d) Anzeigen und Beilagen, die von Werbeagenturen bzw. Werbungsmittlern in Auftrag gegeben werden, werden immer zu den entsprechenden Grundpreisen berechnet. Die Mittlerprovision wird aus dem Kunden-Nettobetrag berechnet. Für Anzeigen und Beilagen, die zu ermäßigten Preisen berechnet werden, erhalten Werbeagenturen und Werbungsmittler keine Provision.

e) Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich veranlassten Änderungen sowie für Fehler infolge undeutlicher Niederschrift übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Das gleiche gilt bei Auftragserteilung per Telefax.

f) Digitale Druckunterlagen müssen den Erfordernissen unserer Betriebssysteme vollständig entsprechen. Für fehlerhafte Dateien, fehlende schriftliche Auftragsunterlagen mit allen für die Abwicklung erforderlichen Angaben sowie für Fehler, die auf die Übertragung oder den Versand zurückzuführen sind, übernimmt der Verlag keine Haftung.

g) Der Anzeigenteil dieser Zeitung wird nach typographischen Gesichtspunkten gesetzt und umbrochen. Daraus ergeben sich für die Gestaltung bestimmter rubrizierter Anzeigen gewisse Regeln, deren Berücksichtigung der Verlag sich vorbehält.

h) Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellung einer Anzeige kann der Verlag die entstandenen Satzkosten berechnen.

i) Fälle höherer Gewalt wie auch Arbeitskampfmaßnahmen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Verträgen und Leistung von Schadensersatz.

j) Die Gewährung einer Agentur-Provision bleibt den Werbungsmittlern vorbehalten, die unabhängig vom Werbungstreibenden sind. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Anzeigen- und Beilagenaufträge, für die ermäßigte Preise in Anspruch genommen werden, sind nicht provisionsfähig. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

k) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise festzulegen.

l) Neue Anzeigen- und Beilagenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Verträge. Für Anzeigenverträge von Nichtkaufleuten, die vor Bekanntgabe der neuen Preisliste erteilt wurden, gilt der alte Preis, sofern die Anzeige oder Beilage innerhalb von vier Monaten erscheinen soll.

m) Der Ausschluss von Anzeigen und Beilagen konkurrierender Unternehmen kann nicht zur Bedingung gemacht werden.

n) Der Verlag behält sich vor, Beilagenaufträge ganz oder teilweise abzulehnen, falls die Beilagen nicht maschinell verarbeitet werden können.

o) Bei Abbestellung einer gesetzten Anzeige werden die Satzkosten berechnet. Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen, rechtzeitig zum Anzeigenannahmeschluss.

p) Bei Zifferanzeigen ist der Auftraggeber verpflichtet, die den Zuschriften beigegebenen Anlagen zurückzusenden.

q) Der Verlag behält sich das Recht vor, Anzeigenaufträge, die keine gestalterischen Elemente enthalten, den Regelungen der Rechtschreibreform anzupassen; was auch für schriftliche Fließsatzanzeigenaufträge gilt. Änderungen des Anzeigenauftrags, die zur Umsetzung der Rechtschreibreform notwendig sind, berechtigen den Auftraggeber nicht zur Reklamation und vermögen keine Ansprüche zu begründen.

r) Einzelbelege und Belegseiten erfolgen auf Wunsch und nur für Anzeigen ab einer Größe über 280 × 200 mm.

s) Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben werden nicht als Fehler in der Ausführung des Anzeigenauftrages anerkannt, sofern nichts Abweichendes vereinbart ist.

t) Vom Verlag gestaltete Anzeigen und Titelpfeile dürfen ohne seine Einwilligung nicht für eine Reproduktion anderen Werbeträgern weitergegeben oder weiterverwendet werden.

u) Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die von ihm stammenden Angaben ergänzend zu der Veröffentlichung in der oder in den Druckschriften sowohl in elektronischen Medien verbreitet, als auch in Marktanalysen verarbeitet werden.

Entsprechend § 26 BDSG weist der Verlag darauf hin, dass die Vertragsdaten in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert werden, aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus.