

happy day Kombi

Anzeigenpreisliste Nr. 12 vom 1. Januar 2018



Verlag: Pabel-Moewig Verlag KG
Karlsruher Straße 31, 76437 Rastatt
www.vpm.de

Anzeigenleitung: Telefon (0 72 22) 13 - 313
e-mail: Rainer.Gross@vpm.de

Anzeigenverwaltung: Telefon (0 72 22) 13 - 327
Telefax (0 72 22) 13 - 363
e-mail: Dagmar.Goetze@vpm.de

Bankverbindung: HypoVereinsbank München
Konto 654 173 311, BLZ 700 202 70
IBAN: DE 90 70020270 0654173311
BIC: HYVEDEMMXXX

**ADEL EXKLUSIV
MEHR SPASS
SUPER FREIZEIT
GUTE FREIZEIT
FREIZEIT RÄTSEL**

Erscheinungsweise: monatlich
Erscheinungsweise: monatlich
Erscheinungsweise: monatlich
Erscheinungsweise: sechswöchentlich
Erscheinungsweise: sechswöchentlich

Anzeigen- und Druckvorlagenschluss: siehe Terminkalender
Letzter Rücktrittstermin: bis zum Anzeigenschluss
Farbanzeigen:

Farbtöne, die nicht mit den Farben der verwendeten Farbskala zu erreichen sind, werden gesondert berechnet und voll rabattiert.

Anschnitt, Bunddurchdruck:
Zuschlag für Anschnitt, Bunddurchdruck und Satzspiegel-Überschreitung wird nicht gesondert berechnet.

Zahlungsbedingungen:
Zahlung innerhalb 30 Tagen nach Rechnungserhalt rein netto Kasse. Bei Zahlung vor Erscheinen der Anzeige 2% Skonto, wenn keine älteren Rechnungen unbezahlt sind. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite berechnet.

Technische Angaben:

Druckunterlagen: Anlieferung auf Datenträger in gebräuchlichen Standardformaten oder reprofähige Text- und Bildvorlagen.
Beschnittzugabe: 5 mm je angeschnittene Kante/Seite
Heftformat: siehe Datenblatt
Satzspiegel: siehe Datenblatt

Geschäftsbedingungen
Für die Abwicklung von Anzeigen-Aufträgen gelten im Übrigen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften – siehe separates Tarifblatt bzw. im Internet unter www.bauermedia.de/agb.pdf.

Preise (Satzspiegel oder Anschnitt; alle Farben in €)		
1/1 Seite	Euro	11.100,-
3/4 Seite	Euro	8.325,-
1/2 Seite	Euro	5.550,-
1/3 Seite	Euro	3.700,-
1/4 Seite	Euro	2.775,-
Extras (Preis pro 1.000 Exemplare in €)		
Beilagen: bis 20 Gramm	Euro	54,-

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

Rabatte Mengenstaffel	
ab 3 Seiten	5%
ab 6 Seiten	10%
ab 9 Seiten	12%
ab 12 Seiten	15%



Formate				
Satzspiegel-Format			Angeschnittene Anzeigen	
Größe in Seitenteilen	Breite mm	Höhe mm	Breite* mm	Höhe* mm
1/1	205	267	225	285
1/2	hoch	102	113	285
	quer	205	133	141
1/3	hoch	68	75	285
	quer	205	89	95
1/4	hoch, einspaltig	47	60	285
	zweispaltig	100	113	141
	quer, vierspaltig	205	66	225

*Diesen Maßen ist die Beschnittzugabe von je 5 mm je angeschnittener Kante/Seite zuzurechnen.

Unsere Verlagsrepräsentanten

Verlagsbüro Frankfurt
MD Medien Dienste GmbH
Rainer Karpenfeld
Baumweg 19, 60316 Frankfurt am Main
Telefon (0 69) 94 33 31-0
Telefax (0 69) 4 99 03 86
e-mail: info@mdmedien.de

Verlagsbüro Baden-Württemberg
Winfried Rangk
Kriegsstraße 212
76135 Karlsruhe
Telefon (07 21) 3 40 61
Telefax (07 21) 3 61 48
e-mail: medienservice.rangk@t-online.de

Verlagsgebiet Hamburg, Bremen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Berlin
Rainer Groß, Pabel-Moewig Verlag KG
Karlsruher Straße 31, 76437 Rastatt
Telefon (0 72 22) 13 - 313
Telefax (0 72 22) 13 - 363
e-mail: Rainer.Gross@vpm.de

Verlagsbüro München
Medienbüro Petra Macari
Parkstraße 27, Fasanenpark
82008 Unterhaching
Telefon (0 89) 58 22 11
Telefax (0 89) 58 09 02 97
e-mail: medienbuero.macari@t-online.de

Verlagsbüro Düsseldorf und Köln
Getz & Getz
Medienvertretung
Stöcker Weg 68, 51503 Rösrath
Telefon (0 22 05) 8 61 79
Telefax (0 22 05) 8 56 09
e-mail: info@getz-medien.de

Verlagsbüro Österreich
Renate Dolleisch GmbH
Bahnallee 26
A-2120 Wolkersdorf
Telefon +43-2245-82032
Telefax +43-2245-820329
verlagsbuero@dolleisch.at

Termine:							
Adel exklusiv		Mehr Spass		Super Freizeit		Anzeigenschluss	Vorlagenschluss
Heft Nr.	EVT	Heft Nr.	EVT	Heft Nr.	EVT		
				2	10.01.18	11.10.2017	03.11.2017
2	10.01.18	2	17.01.18	3	14.02.18	27.11.2017	18.12.2017
3	21.02.18	3	21.02.18	4	21.03.18	11.12.2017	04.01.2018
4	21.03.18	4	21.03.18			19.01.2018	09.02.2018
5	18.04.18	5	18.04.18	6	25.04.18	16.02.2018	05.03.2018
6	16.05.18	6	16.05.18	7	30.05.18	22.03.2018	09.04.2018
7	20.06.18	7	20.06.18	8	04.07.18	06.04.2018	30.04.2018
8	18.07.18	8	18.07.18	9	08.08.18	04.05.2018	05.06.2018
9	15.08.18	9	15.08.18	10	12.09.18	12.06.2018	10.07.2018
10	19.09.18	10	19.09.18	11	17.10.18	20.07.2018	09.08.2018
11	17.10.18	11	17.10.18	12	21.11.18	16.08.2018	06.09.2018
12	21.11.18	12	21.11.18			12.09.2018	04.10.2018
1/19	19.12.18	1/19	19.12.18	1/19	27.12.18	19.10.2018	05.11.2018

Termine:					
Freizeit Rätsel		Gute Freizeit		Anzeigenschluss	Vorlagenschluss
Heft Nr.	EVT	Heft Nr.	EVT		
2	12.01.18	3	26.01.18	27.11.2017	18.12.2017
3	23.02.18			11.12.2017	04.01.2018
		4	09.03.18	19.01.2018	09.02.2018
5	06.04.18	6	20.04.18	16.02.2018	05.03.2018
6	16.05.18			22.03.2018	09.04.2018
8	29.06.18	7	01.06.18	06.04.2018	30.04.2018
		8	13.07.18	04.05.2018	05.06.2018
9	10.08.18	10	24.08.18	12.06.2018	10.07.2018
10	21.09.18			20.07.2018	09.08.2018
		11	05.10.18	16.08.2018	06.09.2018
12	02.11.18	12	16.11.18	12.09.2018	04.10.2018
1/19	14.12.18	1/19	28.12.18	19.10.2018	05.11.2018



Anzeigenleitung:

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) 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 unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. 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 Vertragsabschluss 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 weiterer 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 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, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druck-schrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber nach 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 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 – 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
- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.

Anzeigen, 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 allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen 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. 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.

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige 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 Auftraggebers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der 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. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

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 gesetzliche Vertreter oder 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.

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 bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Betr. Berechnung nach Abdruckhöhe. Unzutreffend.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn 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 bankübliche 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 zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenschnitte, 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.

16a. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – 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 mindestens 20 v.H., bei einer Garantieauflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v.H., bei einer Garantieauflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v.H., bei einer Garantieauflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v.H. beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. 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 tatsächlich 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.

16b. (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten)
Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten, 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 (Schwankungsbreite). Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt.

Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagenumschnitt 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 des Insertionsjahres abzüglich der genannten zulässigen Schwankungsbreite.

Ein Anspruch auf Rückvergütung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Insertionsjahres geltend zu machen. Die Rückvergütung erfolgt auf Basis des Kunden-Nettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgut-schrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

17. Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.

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 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.

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 gegenüber Unternehmern 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.

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 mindestens 50 Prozent besteht.

Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichts, 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 anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

22. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags 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-, Leistungs- 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, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren 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.

24. Bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Voraussetzung zum Anzeigenschlussstermin verlangt werden. Rabatte werden gemäß Rabattstufen nach Erscheinen der Anzeigen beim Erreichen der einzelnen Rabattstufen gewährt.

25. Zusatzbedingung

Datengenerierung zur Abonnementswerbung
Hiermit verpflichtet sich der Auftraggeber gegenüber der Bauer Media KG, die auf der Grundlage des eingesetzten Werbemittels ggf. generierten personenbezogenen Daten (z.B. Adressen) nicht zur Gewinnung von Abonnenten von Druckerzeugnissen zu verwenden und/oder verwenden zu lassen. Für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen Absatz 1 verpflichtet sich der Auftraggeber gegenüber der Bauer Media KG unter Ausschluss der Einrede des Fortsetzungs zusammenhangs zur Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe von 50.000,- EUR.