

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Zeitungen

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB“) regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber bei der Erstellung und Abwicklung von Anzeigenaufträgen für vom Verlag vermarktete Zeitungen einschließlich der darauf basierenden und offene lesbare Mobile- und Tablet-PC-Anwendungen („Apps“) und E-Paper (nachfolgend gemeinsam „Zeitungen“), soweit schriftlich nicht etwas anderes vereinbart wurde. Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit unter [www.media-impact.de/agb](http://www.media-impact.de/agb) aufrufen, ausdrucken sowie herunterladen bzw. speichern.

## 1. Definitionen

**1.1 „Angebot“** im Sinne dieser AGB ist das Angebot vom Verlag über die Schaltung und Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Zeitungen zum Zwecke der Verbreitung. Soweit nicht ausdrücklich anders als verbindliches Angebot bezeichnet, sind Angebote vom Verlag freibleibend, d. h. nicht bindend und stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Leistungen.

**1.2 „Anzeigenauftrag“** im Sinne dieser AGB ist das Angebot eines Auftraggebers über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung zum Zweck der Verbreitung. Auftraggeber kann eine Agentur oder direkt ein Werbungtreibender sein.

**1.3 Ein „Abschluss“** ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Auftraggeber gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatten, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so muss das Erscheinungsdatum der letzten Anzeige innerhalb eines Jahres nach Erscheinen der ersten Anzeige liegen (nachfolgend als „Inserentionsjahr“ bezeichnet), sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich etwas anderes vereinbart worden ist.

**1.4 Verlag** ist die Axel Springer AG für sämtliche von ihr vermarkteten Zeitungen, auch wenn diese von Dritten verlegt werden. Bei Vermarktung der Berliner Morgenpost durch die Ullstein GmbH tritt diese an die Stelle der Axel Springer AG. Bei Vermarktung der B.Z. und/oder Bild Berlin-Brandenburg durch die B.Z. Ullstein GmbH tritt diese an die Stelle der Axel Springer AG.

## 2. Vertragsschluss

**2.1** Bei einem Auftragsauftrag kommt ein Vertrag, soweit nicht ausdrücklich anders individuell vereinbart, durch Abdruck der Anzeige (bei mehreren Anzeigen der ersten Anzeige) durch den Auftraggeber oder den Verlag in Textform zustande. Sofern ein verbindliches Angebot durch den Verlag erfolgt, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers zustande.

**2.2** Soweit Agenturen Auftragsaufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, mit der Agentur zustande. Die Agentur ist verpflichtet, Verlag auf Anforderung vor Vertragsschluss einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug und einen Mandatsnachweis zukommen zu lassen.

**2.3** Auftragsaufträge für Werbe- und Mediadienstleistungen werden nur für namentlich genau genannte Werbebetriebe angenommen. Die Werbung für die Produkte oder Dienstleistungen eines anderen als des bei der Buchung angegebenen Werbebetriebs bedarf in jedem Fall der vorherigen schriftlichen Zustimmung vom Verlag.

**2.4** Sofern der Verlag Aufträge oder Abschlüsse über Dritte vermarktet lässt, handeln diese Dritten als Vertreter vom Verlag und auf dessen Rechnung.

**2.5** Soweit die Gewährung von AE nicht ausgeschlossen ist, wird für alle Aufträge, die über eine vom Verlag anerkannte Werbeagentur erstellt werden, eine Mittelsgebühr von 15% auf das Rechnungsnetto vergütet, d. h. auf die Rechnungssumme ohne Mehrwertsteuer nach Abzug von Rabatten. Ausgenommen davon sind Setup-Gebühren, technische Kosten sowie Vergütungen für Kreativleistungen.

**2.6** Änderungen und Ergänzungen zu einem Vertrag sowie Abweichungen von diesen AGB bedürfen der Textform. Für Vertragsänderungen und -ergänzungen gilt dies auch für die Aufhebung der Schriftformklausel.

**2.7** Bei Agenturbuchungen behält sich der Verlag das Recht vor, Buchungsbestellungen auch an den Auftraggeber oder die Agentur weiterzuleiten.

## 3. Anzeigenveröffentlichung

**3.1** Sollen Anzeigen nur zu bestimmten Erscheinungsterminen oder an bestimmten Plätzen der Zeitung veröffentlicht werden, so bedarf es hierfür einer ausdrücklichen Vereinbarung mit dem Verlag. Die Aufträge für diese Anzeigen müssen so rechtzeitig bei dem 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.

**3.2** Der Verlag ist unabhängig von der Platzierung in Zeitungen berechtigt, aber nicht verpflichtet, erteilte Anzeigenaufträge im Rahmen seiner technischen Möglichkeiten ergänzend auch in anderen Print- und Telemedien vom Verlag und der mit ihr verbundenen Unternehmen zu veröffentlichen. Die für die Zeitungen vorliegenden Druckerunterlagen können dabei an die jeweiligen Erfordernisse angepasst werden. Die Darstellung in den Telemedien kann vom Druckergängnis in der Zeitungsausgabe abweichen.

**3.3** Für die Veröffentlichung in den digitalen Ausgaben der Zeitungen ist der Verlag berechtigt, die für die Papier-Ausgaben vorliegenden Druckerunterlagen an die jeweiligen Erfordernisse der digitalen Ausgabe anzupassen. Die Darstellung kann dabei vom Druckergebnis in der Papier-Ausgabe abweichen. Um diese Abweichung auszuschließen, kann der Auftraggeber die genauen Spezifikationen vom Verlag für die Zulieferung einer auf die digitalen Ausgaben bereits adaptierte Anzeige anfordern. Für die Veröffentlichung der Anzeigen in den digitalen Ausgaben der Zeitungen wird die Anzeige weitgehend proportional auf die Größe einer Seite der digitalen Ausgabe im Verhältnis zur gedruckten Ausgabe skaliert. Zudem werden den Platzierungen in der gedruckten Ausgabe äquivalente Platzierungen in den digitalen Ausgaben gewährleistet.

**3.4** Sind keine besonderen Großveranschreibungen gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der gedruckten Ausgabe der Berechnung zugrunde gelegt.

**3.5** Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen wird grundsätzlich nicht zugestimmt.

**3.6** Der Verlag verteilt Belagungen mit geschäftstypischer Sorgfalt, wobei bis zu 3 Prozent Fehlstellungen oder Verlust als verkehrsbildend gelten.

## 4. Ablehnungsrecht vom Verlag

**4.1** Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte, insbesondere seine Anzeigen, so ausgestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und insbesondere jugendschutz-, presse-, wettbewerbs-, datenschutz-, strafrechtliche und medienrechtliche Vorschriften einhalten. Im Falle eines Verstoßes gegen Satz 1 stellt der Auftraggeber den Verlag von allen etwaigen dem Verlag daraus entstehende Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, vollumfänglich auf erstes Anfordern frei. Eine Pflicht zur Prüfung der Werbemittel vor Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels besteht für den Verlag nicht.

**4.2** Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel abzulehnen, insbesondere, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem BeschwerdEVERFAHREN beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form Rechte Dritter oder die Interessen vom Verlag verletzt oder
- andere Werbemittel (insbesondere Belagungen, Befehlungen etc.) aus technischen Gründen nicht dem Objekt beigelegt bzw. beigelegt werden können.

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

Bei Anzeigen, die in ihrem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung der Zeitungen entsprechen, behält sich der Verlag im Sinne seines publizistischen Auftrages ein Einspruchsrecht vor. Anzeigen, die redaktionell gestaltet sind, müssen sich eindeutig von der Grundschrift der Zeitungen unterscheiden und mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sein. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

**4.3** Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Zustimmung vom Verlag. Die Werbungstreibenden sind namentlich zu benennen. Der Verlag behält sich die Erhebung eines Verbundaufschlags bzw. eine abweichende Rabattierung vor.

**4.4** Ist der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels bereits abgelehnt worden bzw. wird abgelehnt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bereits abgegeben oder gibt er eine solche ab, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag hierüber unverzüglich zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, haftet der Verlag auch nicht für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeigen(inhalte) entstehenden Schaden.

## 5. Übermittlung von Druckerunterlagen

**5.1** Es obliegt dem Auftraggeber, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben vom Verlag zur Erstellung und Übermittlung von Druckerunterlagen (siehe hierzu auch die Informationen zu technischen Angaben und zur Übertragung von Druckerunterlagen in der jeweiligen Preisliste) entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig zu dem in der jeweiligen Preisliste angegebenen Druckerunterlageschluss anzuliefern und diese ausreichend zur Verwendung durch den Verlag zu kennzeichnen. Für die Veröffentlichung in digitalen Ausgaben sind Vorlagen entsprechend der technischen Vorgaben vom Verlag zur Erstellung und Übermittlung von Online-Werbemitteln anzuliefern. Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Unerwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen vom Verlag zurückführen lassen, führen ebenfalls zu keinem Preisänderungsanspruch. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeigen auf den Fehler hinweist. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckerunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen.

**5.2** Kosten vom Verlag für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Bei schwierigen Satzarbeiten, die einen höheren als den üblichen Aufwand erfordern, behält sich der Verlag vor, dieses dem tatsächlichen Aufwand entsprechend in Rechnung zu stellen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten, die von den Druckerunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik bestimmt werden.

**5.3** Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckerunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computer-viren sind. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand zu entsprechen haben. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbeschriebenen Art, wird der Verlag von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergriffens der Schadensquelle auf die EDV-Anlage von Verlag) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infizierte Schadensquellen dem Verlag Schäden entstanden sind.



# Allgemeine Geschäftsbedingungen Zeitungen

**5.4** Wenn ein Vertrag nicht oder falsch durchgeführt wird, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, insbesondere Produktionsvorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig und/oder mangelhaft oder falsch gekennzeichnet abgeliefert wurde bzw. gemäß Ziff. 5.3 gelöscht wurden, hat der Verlag dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

**5.5** Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farbproof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farbproof sind Farbabweichungen unvermeidbar; sie lösen keinen Preiserminderungsanspruch aus.

**5.6** Unabhängig von den digitalen Druckunterlagen ist eine schriftliche Auftragsstellung mit Motivkennzeichnung erforderlich. Die Anlieferung der Druckunterlagen allein bedeutet keine Auftragserteilung.

**5.7** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet einen Monat nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

## 6. Mängel

**6.1** Entsteht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn

- (a) 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
- (b) diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine Frist für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte 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.

**6.2** Der Auftraggeber wird die Anzeige unverzüglich nach Veröffentlichung überprüfen. Soweit der Auftraggeber Kaufmann ist, müssen Mängelungen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Verlag geltend gemacht werden, es sei denn es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel, dann gilt eine Frist von sechs Monaten.

Ausweis der Auftraggeber Verbraucher ist, müssen Reklamationen bei offensichtlichen Mängeln, binnen zwei Wochen, bei nicht offensichtlichen Mängeln binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

**6.3** Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung, nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen:

- (a) Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung gegenüber Unternehmern auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte vom Verlag verursacht wurde.
  - (b) Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.
- Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelgeschäden oder entgangenen Gewinn.

**6.4** Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Verhalten beruhen oder es sich um eine Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit handelt; in solchen Fällen richtet sich die Verjährungsfrist nach den gesetzlichen Vorschriften.

**6.5** Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag unbegrenzt nach den gesetzlichen Vorschriften.

## 7. Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzte Frist mitgeteilt werden. Probeabzüge für digitale Ausgabe werden im pdf-Format geliefert.

## 8. Zahlungen

**8.1** Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich etwas anderes vereinbart ist. Ewige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z. B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zum Anzeigenschluss zu verlangen.

**8.2** Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche vom Verlag nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufrechnen. Sofern der Auftraggeber Unternehmer ist, ist er zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und demselben Vertragsverhältnis beruht.

**8.3** Bei Zahlungsverzug werden zusätzlich zu den gesetzlichen Verzugszinsen angemessene Mahngebühren erhoben. Der Verlag kann darüber hinaus die weitere Ausführung des laufenden Anzeigauftrages oder Abschlusses bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

**8.4** Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Vertrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

## 9. Anzeigenbeleg

Der Verlag liefert auf Wunsch einen Beleg für Anzeigen und andere Werbemittel; der Verlag behält sich vor, hierfür eine gesonderte Vergütung zu verlangen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung vom Verlag über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Für Wort- bzw. Kleinanzeigen können keine Belege geliefert werden.

## 10. Auflagenminderung

Ausweis der Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres die zugesicherte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer zugesicherten verkauften Auflage von bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v.H., bei einer zugesicherten verkauften Auflage von bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v.H.,

bei einer zugesicherten verkauften Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v.H., bei einer zugesicherten verkauften Auflage von über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v.H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 16 berechtigt nicht zur Preiserminderung. Als zugesicherte verkaufte Auflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres. Bei Kombinationsangeboten gilt ausschließlich die zugesicherte Auflage für das Kombinationsangebot; Zusicherungen für die Einzelteil gelten insoweit nicht. Die zur Zusicherung zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IWI. Sie errechnet sich für das Inserationsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Inserationsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Zusicherung in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagen-

über- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Inserationsjahres. Ein Anspruch auf Preiserminderung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Inserationsjahres geltend zu machen. Die Preiserminderung erfolgt auf Basis des Kundennetzes unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung wird erst fällig, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt. Preiserminderungsansprüche sind bei Abschlüssen ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Auftrag bzw. Abschluss zurücktreten konnte.

## 11. Ziffernanzeigen

Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der eingehenden Eingänge die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die anderen Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Der Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Eingänge anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen.

## 12. Preislisten

**12.1** Preise verstehen sich stets zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Umsatzsteuer; das gilt insbesondere für in Werbeaufträgen und Preislisten genannte Preise.

**12.2** Sofern die Preisliste des Teils sich auf Textmillimeteranzeigen bezieht, werden bei der Errechnung der Abnahmemengen Textmillimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigenmillimeter umgerechnet.

**12.3** Der Verlag ist berechtigt, die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Preisänderungen für Anzeigenverträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht für das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preisänderung ausgetübt werden. Das Rücktrittsrecht gilt nicht für im Dauerschuldverhältnis abzuwickelnde Aufträge. Hier treten Änderungen der Preisliste sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.

**12.4** Textzeilenanzahl im Sinne der Preislisten sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

## 13. Konzernverbundene Unternehmen

Gilt für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabatterierung, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungstreibenden 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 Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges auf Anforderung vom Verlag nachzuweisen. Der Konzernrabatt muss spätestens bei Vertragsschluss geltend gemacht werden. Eine spätere Geltendmachung wird nicht rückwirkend anerkannt. Konzernrabatte außerhalb der Preisliste 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 Konzernrabatterierung.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Zeitungen

## 14. Rechteübertragung und -garantie

**14.1** Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Druckerunterlagen Rechte Dritter nicht verletzen. Er erklärt, Inhaber sämtlicher für die Schaltung und Veröffentlichung der von ihm zur Verfügung gestellten Druckerunterlagen erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte und hierüber verfügungsberechtigt zu sein. Im Falle der Anzeigenstellung durch Verlag erklärt der Auftraggeber zudem, alle zur Erstellung der Anzeige erforderlichen Rechte zu besitzen. Er stellt den Verlag insoweit von allen Ansprüchen Dritter auf erste Anforderung frei. Dies umfasst auch die Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

**14.2** Der Auftraggeber überträgt dem Verlag an dem von ihm zur Verfügung gestellten Druckerunterlagen die für die Erstellung und die Veröffentlichung der Werbung in Print- und Online- und Telemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen nicht-ausschließlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Der Verlag erhält zudem zeitlich unbegrenzt das Recht zur Eigenwerbung vom Verlag bzw. der jeweiligen Objekte. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und sind frei auf Dritte übertragbar.

**14.3** Etwaige den Angeboten vom Verlag zugrunde liegende Konzepte und Bestandteile sind urheber- und wettbewerbsrechtlich geschützt und vom Auftraggeber vertraulich zu behandeln. Diese Konzepte dürfen insbesondere weder in dieser noch in abgewandelter Form an Dritte weitergegeben noch von dem Auftraggeber außerhalb des Vertragsumfanges für eigene Zwecke genutzt werden.

**14.4** Wird im Zusammenhang mit der Anzeige eine Grafik oder in sonstiger Art und Weise der Name, das Logo, das Unternehmenskennzeichen, die Marke, ein Werktitel oder eine sonstige geschäftliche Bezeichnung verwendet, so gewährt der Auftraggeber dem Verlag für die Dauer des Vertrages das nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht zur Nutzung der Grafik oder der entsprechenden Zeichen in der jeweiligen Anzeige.

**14.5** Vom Verlag für den Auftraggeber gestaltete Anzeigemotive (Promotions) dürfen nur für Anzeigen in den dafür beim Verlag gebuchten Teilen/Ausgaben verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

## 15. Laufzeit

**15.1** Der Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit.

**15.2** Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund nach vorheriger Abmahnung bleibt hiervon unberührt. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen. Ein Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund liegt insbesondere vor, wenn eine der Parteien trotz einer schriftlichen Abmahnung wiederholt eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine fortdauernde Vertragsverletzung innerhalb angemessener Frist nicht abstellt oder deren Folgen nicht beseitigt, gegen eine und/oder beide Parteien und/oder gegen ein vom Verlag vermarktete Zeitung infolge einer vertragsgegenständlichen Leistung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde oder für den Verlag der begründete Verdacht besteht, dass der Auftraggeber oder die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte gegen geltende rechtliche Bestimmungen, insbesondere des Strafrechtsbuches oder die geltenden Werberichtlinien, verstößt bzw. verstoßen; ein begründeter Verdacht besteht, sobald der Verlag auf Tatsachen gestützte Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen rechtliche Bestimmungen vorliegen, insbesondere ab der Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen den Verlag, den Auftraggeber und/oder gegen die vom Verlag vermarkteten Zeitungen bzw. ab der Aufforderung zu einer Stellungnahme durch die zuständigen Stellen. Ein fristloser Kündigungsgrund ist auch gegeben, wenn über das Vermögen eines Vertragspartners ein Insolvenzverfahren eröffnet oder mangels Masse nicht eröffnet bzw. ein diesbezüglicher Antrag gestellt wird und der betroffene Vertragspartner trotz entsprechender Aufforderung die offensbare Unbegündetheit des Antrags nicht binnen einer angemessenen Frist nachweist. Ein Grund zur fristlosen Kündigung besteht darüber hinaus, wenn gegen eine der Vertragsparteien Vollstreckungsmaßnahmen ausgebracht und nicht innerhalb von einem Monat aufgehoben wurden.

## 16. Störungen des Vertragsverhältnisses bei höherer Gewalt

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb vom Verlag 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 Objekt mit 80 Prozent der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Auslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag.

## 17. Einschaltung Dritter

Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Anzeigenauftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung vom Verlag. Der Verlag ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Anzeigenauftrag Dritter zu bedienen.

## 18. Vertraulichkeit und Presse

**18.1** Soweit nicht schriftlich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien Einzelheiten des Vertragsverhältnisses, insbesondere die Preise und Konditionen, sowie über Geschäftsehemnisse, von denen sie im Rahmen der Vertragdurchführung unmittelbar oder mittelbar durch die jeweils andere Partei Kenntnis erlangen, streng vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Der Verlag ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Anzeigenauftrags den gemäß Ziffer 17 eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offen zu legen. Die Verpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über eine Beendigung hinaus.

**18.2** Der Verlag ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze des Auftraggebers und Werbungtreibenden auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research oder vergleichbare Institutionen weiterzuleiten.

**18.3** Presseerklärungen sowie sonstige öffentliche Verlautbarungen gegenüber Dritten über die Geschäftsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber oder bezüglich der Details getroffener Vereinbarungen bedürfen der vorherigen Freigabe vom Verlag. Dies gilt ebenso für Logoveröffentlichungen für vom Verlag gelieferte Logos.

## 19. Schlussbestimmungen

**19.1** Etwaige zusätzliche in der Preistabelle enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen.

**19.2** Soweit nach diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen Schriftform erforderlich ist, wird diese durch die Textform gewahrt.

**19.3** Änderungen der AGB werden dem Auftraggeber schriftlich sowie unter [www.media-imprint.de/tag](http://www.media-imprint.de/tag) mitgeteilt. Sie gelten als vom Auftraggeber genehmigt, sofern dieser nicht binnen eines Monats ab Mitteilung schriftlich widerspricht.

**19.4** Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder der Verlag die Leistungen widerspruchlos erbringt, d. h. Werbemittel widerspruchlos geschaltet und veröffentlicht werden.

**19.5** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Bei Nichtkaufleuten bestimmt sich der Gerichtsstand nach den gesetzlichen Vorschriften. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

**19.6** Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages einschließlich dieser Regelungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder sollte der Vertrag eine Lücke enthalten, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen oder Teile solcher Bestimmungen unberührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, anstelle einer unwirksamen Bestimmung eine gültige Vereinbarung zu treffen, deren wirtschaftlicher Erfolg dem der unwirksamen so weit wie möglich nahe kommt.

# Zusätzliche Geschäftsbedingungen Zeitungen

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen von BILD und BILD am SONNTAG

- a) Anzeigenschaltungen in übergeordneten Ausgaben haben Vorrang vor den für Teilausgaben disponierten Anzeigen, auch wenn sie später aufgegeben werden. Anzeigen in Teilausgaben müssen gegebenenfalls aus den o. g. Gründen verschoben werden.
- b) Die Platzierung von Anzeigen, die für eine bestimmte Seite in den BILD DEUTSCHLAND-Ausgaben vorgesehen ist, erfolgt in den anderen Teilausgaben (Regionalausgaben) aus technischen Gründen im Rahmen der vorhandenen Möglichkeiten.
- c) Auftraggeber, die bei ihrer Insertion in größeren Belegungseinheiten einzelne Ausgaben nicht mitbelegen wollen, können wegen der dadurch entstehenden technischen Schwierigkeiten keine Preisnachlässe erhalten.
- d) Das Maximalformat für Anzeigen mit Textanschluss in BILD ist 420 mm hoch. Anzeigen, die über 420 mm hoch sind, werden auf Satzspiegelhöhe festgestellt und seitenhoch entsprechend der Spaltenzahl berechnet.
- e) Die Berechnung der Anzeigen in BILD am SONNTAG erfolgt nach Seitenteilen unabhängig von der tatsächlichen Abdruckhöhe.
- f) Für die Belegungseinheit BILD DEUTSCHLAND-GESAMT sichert der Verlag für den Abschlusszeitraum die Einhaltung einer durchschnittlich verkauften Auflage von 2.800.000 Exemplaren (Mo.-Fr.) zu. Für alle anderen Ausgaben (Regionalausgaben) gilt als Zusicherung der prozentuale Anteil an diesen Auflagen, den die einzelnen Ausgaben an den durchschnittlich verkauften Auflagen des vergangenen Kalenderjahres hatten.
- g) Für die Belegungseinheit BILD am SONNTAG sichert der Verlag für die Gesamtausgabe für den Abschlusszeitraum die Einhaltung einer durchschnittlich verkauften Auflage von 1.350.000 Exemplaren zu. Für alle anderen Ausgaben (Regionalausgaben) gilt als Zusicherung der prozentuale Anteil an diesen Auflagen, den die einzelnen Ausgaben an der durchschnittlich verkauften Auflage des vergangenen Kalenderjahres hatten.
- h) Für die Belegungseinheit BILD am SONNTAG gilt: Abweichend von Ziffer 10 der allgemeinen Geschäftsbedingungen berechtigt eine Aufgabeminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisreduzierung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (zugesicherte verkaufte Auflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (zugesicherte verkaufte Auflage) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Eine Aufgabeminderung aus Gründen der Ziffer 23 der allgemeinen Geschäftsbedingungen bleibt unberücksichtigt. Die der Zusicherung zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IWW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagedurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Zusicherung in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisreduzierung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenangabe und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisreduzierung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Aufgabeminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Ein Anspruch auf Rückvergütung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Insertionsjahres geltend zu machen. Die Rückvergütung erfolgt auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalzuschuss oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungsumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen für B.Z., B.Z. am Sonntag, BILD Berlin-Brandenburg und für Kombinationsangebote BILD/B.Z. Berlin/Brandenburg

- a) Seitenteilige Anzeigen und Eckfeldanzeigen in B.Z. und B.Z. am Sonntag über 310 mm Höhe werden mit der vollen Satzspiegelhöhe (370 mm) berechnet.
- b) Für die Buchung der Belegungseinheit B.Z. sichert der Verlag für den Abschlusszeitraum die Einhaltung einer durchschnittlich verkauften Auflage von 150.000 Exemplaren Mo.-Fr. zu.
- c) Für die Buchung der Belegungseinheit BILD/B.Z. BERLIN-BRANDENBURG-GESAMT sichert der Verlag für den Abschlusszeitraum die Einhaltung einer durchschnittlich verkauften Auflage von 250.000 Exemplaren Mo.-Fr. zu.
- d) Bei Veröffentlichung von Anzeigen in B.Z./B.Z. am Sonntag erfolgt die Leistung – die Veröffentlichung von Anzeigen in B.Z./B.Z. am Sonntag – durch die B.Z. Ullstein GmbH, die Rechnungslegung durch Axel Springer AG.
- e) Bei Veröffentlichung von Anzeigen in BILD BERLIN-BRANDENBURG erfolgt die Leistung – die Veröffentlichung von Anzeigen in BILD BERLIN-BRANDENBURG – sowie die Rechnungslegung durch die Axel Springer AG.
- f) Bei Veröffentlichung von Anzeigen in Deutschland-Gesamt und BILD erfolgt die Leistung – die Veröffentlichung von Anzeigen in BILD Berlin-Brandenburg, Deutschland-Ost-Gesamt (inkl. B.Z.), BILD Deutschland und Deutschland-Gesamt (inkl. B.Z.) – sowie die Rechnungslegung durch die Axel Springer AG.
- g) Bei Veröffentlichung von Anzeigen in der Belegungseinheit B.Z./B.Z. am Sonntag mit BILD BERLIN-BRANDENBURG gilt Folgendes: Sofern Vertragspartner des Auftraggebers die Axel Springer AG ist, erfolgt die Leistung – die Veröffentlichung von Anzeigen in der Belegungseinheit B.Z./B.Z. am Sonntag mit BILD BERLIN-BRANDENBURG – und die Rechnungslegung durch die Axel Springer AG. Sofern Vertragspartner des Auftraggebers die B.Z. Ullstein GmbH ist, erfolgt die Leistung – die Veröffentlichung von Anzeigen in der Belegungseinheit B.Z./B.Z. am Sonntag mit BILD BERLIN-BRANDENBURG – durch die B.Z. Ullstein GmbH, die Rechnungslegung durch Axel Springer AG.

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen DIE WELT/ WELT KOMPAKT und WELT am SONNTAG/ WELT am SONNTAG KOMPAKT

Bei der Belegung von Teilausgaben oder sonstigen Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen ist ein gesonderter Abschluss für die betreffende Ausgabe oder Kombination notwendig. Sofern außerdem für die Gesamtausgabe ein Auftrag vorliegt, wird für die Nachschubrechnung der Teilausgabe die Abnahmемenge der Gesamtausgabe hinzugerechnet.

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen der BERLINER MORGENPOST

- a) Seitenteilige Anzeigen und Eckfeldanzeigen über 420 mm werden mit der vollen Satzspiegelhöhe (528 mm) berechnet.
- b) Die über Nielsen-Ballings-Raum Zeitungen (NBRZ) geschalteten Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt.

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Hamburger Abendblatts

- a) Das Maximalformat für Anzeigen mit Textanschluss ist 420 mm hoch. Anzeigen, die höher sind, werden freigestellt und seitenhoch (528 mm) entsprechend der Spaltenzahl berechnet.
- b) Der Verlag gewährt die Agenturprovision (AE) nur unter der Voraussetzung, dass die Agentur sämtliche für die Anzeige erforderlichen Unterlagen zur Verfügung stellt („Vollunterlagen“).
- c) Bei Anzeigen, die in ihrem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung des Hamburger Abendblattes entsprechen, behält sich der Verlag im Sinne seines publizistischen Auftrages ein Einspruchsrecht vor. Anzeigen, die redaktionell gestaltet sind, müssen sich eindeutig von der Grundschrift des Hamburger Abendblattes (8,5 Punkt Centennial) unterscheiden. Für Überschriften gilt, dass weder die Madison noch eine dieser Schriftart ähnliche Schrift eingesetzt werden darf. Rechtlich vorgeschrieben ist die Kennzeichnung aller redaktionell aufgemachten Anzeigen mit dem Wort „Anzeige“ in 12 Punkt halbfett rechts und links am Kopf.
- d) Bei Barzahlung ist der Auftraggeber verpflichtet, seine Firmierung und Anschrift anzugeben.
- e) Die über Nielsen-Ballings-Raum-Zeitungen (NBRZ) geschalteten Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt.

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

### Media Kombi Nord

### Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Alle Anzeigen können zum jeweiligen Grundpreis über Werbungsmitel abgerechnet werden.
- b) Für Anzeigen innerhalb der media kombi nord sieht der Tarif ein Mindestformat von 30 mm vor.
- c) Ab 150.000 mm Anzeigenraum ist Einzelkalkulation möglich.
- d) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen, Kollektiven, Prospektanzeigen sowie für Anzeigenstrecken Sonderkonditionen entsprechend den besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.
- e) Für die Verpflichtung, Anzeigen auf bestimmten Plätzen zu veröffentlichen, gilt ein Aufschlag von 150 %.
- f) Das Maximalformat für Anzeigen mit Textanschluss ist beim Nordischen Format 420 mm hoch, beim Rheinischen Format 390 mm hoch, beim Berliner Format 340 mm hoch. Anzeigen, die höher sind, werden freigestellt und seitenhoch (Nordisches Format 528 mm hoch, Rheinisches Format 487 mm hoch, Berliner Format 430 mm hoch) entsprechend der Spaltenzahl berechnet.
- g) Bei Barzahlung ist der Auftraggeber verpflichtet, seine Firmierung und Anschrift anzugeben.
- h) Die über Nielsen-Ballings-Raum-Zeitungen (NBRZ) geschalteten Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt.
- i) mkn-Abschlüsse zählen aufgrund der verminderten Einzelpreise grundsätzlich nicht zur Abschlusserfüllung bei den Tarifpartnern.