

Ziffer 1

„Anzeigenauftrag“ oder „Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist das Angebot eines Werbebetreibenden oder sonstigen Auftraggebers (nachfolgend insgesamt als „Auftraggeber“ bezeichnet) gegenüber dem Verlag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) in einer Zeitung zum Zweck der Verbreitung. Ein solches Angebot kann seitens des Verlages durch Abdruck der Anzeige (bei mehreren Anzeigen der ersten Anzeige) oder durch Bestätigung in Textform angenommen werden.

Ziffer 2

Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, 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 „Insertionsjahr“ bezeichnet), sofern nicht im Einzelfall etwas anderes ausdrücklich vereinbart wird.

Ziffer 3

Sofern der Verlag Aufträge oder Abschlüsse über Dritte vermarktet, handeln diese Dritten als Vertreter des Verlages und auf dessen Rechnung.

Ziffer 4

Sofern die Preisliste des Titels sich auf Text-Millimeterzeilen bezieht, werden bei der Errechnung der Abnahmemengen Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

Ziffer 5

Sollen Anzeigen nur zu bestimmten Erscheinungsterminen oder an bestimmten Plätzen der Zeitung veröffentlicht werden, so bedarf es hierfür einer gesonderten Vereinbarung mit dem Verlag. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf. Der Verlag ist unabhängig von der Platzierung in Printmedien berechtigt, aber nicht verpflichtet, erteilte Anzeigenaufträge im Rahmen seiner technischen Möglichkeiten ergänzend auch in Online- und Telefon-Diensten der Axel Springer AG und der mit ihr verbundenen Unternehmen zu veröffentlichen. Die für Print vorliegenden Druckunterlagen können dabei an die Erfordernisse des Internets angepasst werden. Die Online- und Telefon-Darstellung kann vom Druckergebnis in der Printausgabe abweichen. Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen kann grundsätzlich nicht zugesagt werden.

Ziffer 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.

Ziffer 7

Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form die Interessen des Verlages verletzt. Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Der Verlag behält sich die Erhebung eines Verbundaufschlags bzw. eine abweichende Rabattierung vor. Aufträge oder Abrufe für andere Werbemittel sind für den Verlag zudem erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 8

Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber 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. Kosten des Verlages 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, diese 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 Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik bestimmt werden. Für die Übermittlung von digitalen Druckunterlagen gelten ergänzend die Ziffern 8a – 8d.

Ziffer 8a

Es obliegt dem Auftraggeber, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen (siehe „Übertragung von Druckunterlagen“ in der jeweiligen Preisliste und den aktuell gültigen Richtlinien für die Auftragsabwicklung bei Anlieferung von Druckunterlagen als digitalisierte Daten) entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Unerwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zurückführen lassen, führen zu keinem Preisminderungsanspruch.

Ziffer 8b

Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen könnte. Der Verlag behält sich vor, den Kunden auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn ihm durch solche durch den Kunden infiltrierte Computerviren Schäden entstanden sind.

Ziffer 8c

Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbbezeichnungen unvermeidbar; sie lösen keinen Preisminderungsanspruch aus.

Ziffer 8d

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

Ziffer 9

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. Eine darüber hinausgehende Aufbewahrung liegt im Ermessen des Verlages.

Ziffer 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 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 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 Auftrags 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 gegenüber Unternehmern 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 gegenüber Unternehmern und Verbrauchern 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 Veröffentlichung 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 oder grob fahrlässigem 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.

Ziffer 11

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Probeabzug wird an eine vom Auftraggeber angegebene Adresse, Telefaxnummer oder E-Mail-Adresse geschickt; der Auftraggeber ist für die Funktionsfähigkeit des Empfangsgeräts verantwortlich. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurück-

Berliner Morgenpost

Hier ist die Hauptstadt. Wir sind die Zeitung.

gesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

Ziffer 12

Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Ziffer 13

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche des Verlags nur mit einer unbestritten 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 auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

Ziffer 14

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden zusätzlich zu den gesetzlichen Verzugszinsen angemessene Mahngebühren erhoben. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages oder Abschlusses 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 Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 15

Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg; der Verlag behält sich vor, hierfür eine gesonderte Vergütung zu verlangen. Je nach Art und Umfang der Anzeige werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Für Wort- bzw. Kleinanzeigen können keine Belege geliefert werden.

Ziffer 16

Aus einer Auflagenminderung kann 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 zugesicherte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung 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 23 bleibt unberücksichtigt. 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 Einzeltitel gelten insoweit nicht. 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 Auftrag bzw. Abschluss zurücktreten konnte.

Ziffer 17

Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe 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. 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 50 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.

Ziffer 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. Bei Nichtkaufleuten bestimmt sich der Gerichtsstand nach den gesetzlichen Vorschriften. Es gilt deutsches Recht.

Ziffer 19

Die Preise für die Schaltung von Anzeigen ergeben sich aus der Preisliste für den jeweiligen Titel. Etwaige zusätzliche in der Preisliste enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen oder -veröffentlichungen, Prospektanzeigen und Anzeigenstrecken Sonderpreise und Sonderformate separat und unabhängig von der Preisliste zu vereinbaren. Gleiches gilt für Sponsoring-Promotion-Anzeigen. Der Verlag verteilt Beilagen mit geschäftlicher Sorgfalt, wobei bis zu 3 Prozent Fehlzustellungen oder Verlust als verkehrsüblich gelten.

Ziffer 20

Bei Änderungen der Preisliste treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Anzeigenaufträgen und Abschlüssen sofort in Kraft. Dies gilt gegenüber Verbrauchern nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

Ziffer 21

Gilt für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung, 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 Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte des Abschlusszeitraumes 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.

Ziffer 22

Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige und, im Falle der Anzeigenerstellung durch den Verlag, alle zur Erstellung 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 von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung Rechte Dritter und/oder von gesetzlichen Bestimmungen entstehen. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag die für die Erstellung und die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen 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.

Ziffer 23

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 Prozent 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 zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderungen aus Gründen von Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 16 unberücksichtigt. 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 Ballungs Raum Zeitung (NBRZ) geschalteten Anzeigen werden bei der Gewährung von Rabatten durch den Verlag nicht berücksichtigt.

Berliner Morgenpost

Hier ist die Hauptstadt. Wir sind die Zeitung.