

# OWZ

Oberweser Wochenzeitung zum Sonntag

Woche 01 | 01.01.2025 | 41. Jahrgang | www.owz-zum-sonntag.de

## Neuigkeiten aus der Region seit 1984



Foto: Marc Otto

que miligni doloritatur morro excimin parum int quis id ma volupis ni, quam nimagni sanihil maos re, nosantis derume nusa venditnis dolorum cum non-  
moluptatenos pror suntecto- las eaque in nobissus minc- fo rneruptati te numquibet- atem ea voluptatis ident que rerrum ad maion rerruntibus neccepuda que dolorat aut  
Dent pro de doluptat latius- sanis ut quodi apedi totati- des quam figa. Exipiti ut vel- laborpos del ipicilli tioress- imusam, aciam volorruptate- non re, qui omnis qui cusant  
vella cus magnis cus, nem venhic tora sitatur ionectiur as des ea non et auter quos- cus maximi, suntiat. Velesen denient. Upta id quam, nes consequ landebis

# Mediadaten

print & digital

Preisliste #34  
gültig ab 01.01.2025

# Inhalt

|   |              |
|---|--------------|
| <b>Karte &amp; allgemeine Informationen</b> ..... | <b>3-5</b>   |
| <b>Anzeigen print</b>                             |              |
| Preise .....                                      | 6            |
| Größen .....                                      | 7            |
| Technische Angaben .....                          | 8            |
| Datenübermittlung.....                            | 9            |
| <b>Beilagenverteilung</b>                         |              |
| Preise .....                                      | 10           |
| Verteilgebiet .....                               | 11           |
| Technische Angaben .....                          | 12-13        |
| <b>Anzeigen online</b>                            |              |
| Preise .....                                      | 15-16        |
| Technische Angaben .....                          | 17           |
| <b>Verlagsangaben</b> .....                       | <b>18</b>    |
| <b>AGB</b> .....                                  | <b>19-27</b> |



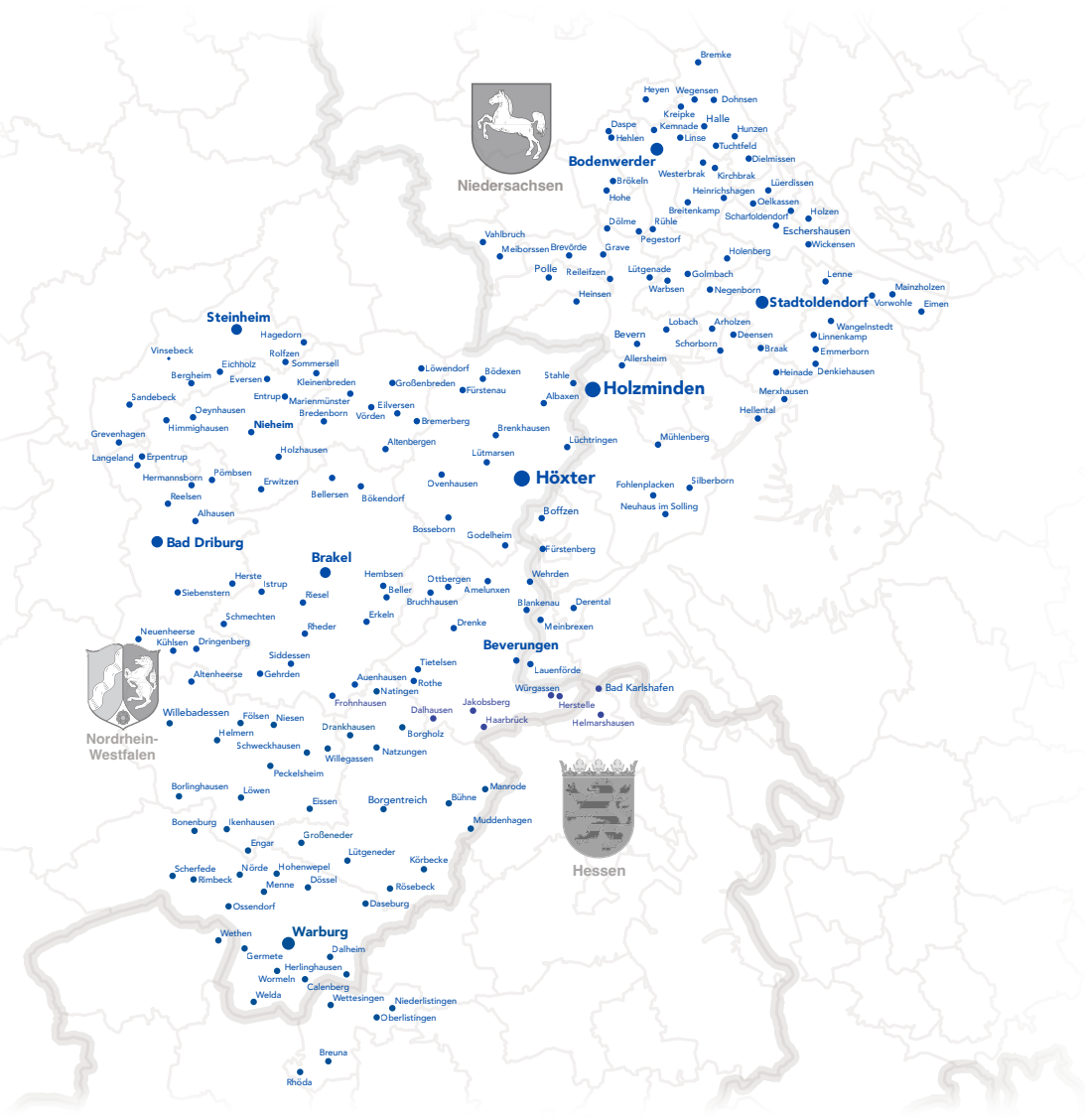
## **OWZ Verlags GmbH**

Industriestr. 23  
34369 Hofgeismar

### **Kontakt**

Tel.: 05671 - 99 44 41  
Fax: 05671 - 99 44 99  
info@owz-verlag.de  
www.owz-verlag.de





Niedersachsen

**Leserliebling  
 seit 1984  
 von  
 Bodenwerder  
 bis  
 Warburg**



**rund 95.000  
 Exemplare**



Seit **1984** sind wir Herausgeber der beliebten Wochenzeitung im Dreiländereck. Jeden Samstag können unsere Leser:innen die Neuigkeiten aus der Region lesen. Durch eine hohe Leser-Blatt-Bindung bietet die *OWZ zum Sonntag* eine tolle Plattform für Ihre Werbung.

**Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!**

## **Titel**

OWZ zum Sonntag

## **Verbreitung**

kostenlos an alle erreichbaren Haushalte

## **Erscheinung**

einmal wöchentlich samstags

## **Orte**

Bodenwerder, Stadtoldendorf, Holzminden, Steinheim, Nieheim, Höxter, Brakel, Bad Driburg, Beverungen, Willebadessen, Warburg, Borgentreich und Bad Karlshafen

# Anzeigen Preise

## Grundpreis (1)

2,53 € pro mm

## Ortspreis (2)

2,16 € pro mm

### Sonderplatzierung

Titelseite + 50%

Rückseite + 40%

### Farbzuschläge

1 Zusatzfarbe = 15%

2 Zusatzfarben = 30%

3 Zusatzfarben (4c) = 45 %

## Rabatte (3)

### Malstaffel mehrmalige Veröffentlichungen im Jahr

13mal = 5%

26mal = 10%

39mal = 15%

52mal = 20%

### Mengenstaffel Millimeterabschlüsse pro Jahr

10.000 mm = 5%

30.000 mm = 15%

20.000 mm = 10%

45.000 mm = 20%

### Vereinsanzeigen

**25% Rabatt** auf den Ortspreis

(1) Grundpreis: Auf den Grundpreis erhalten nachweisliche Werbemittler 15% AE-Provision (2) Ortspreis: Ermäßigter Grundpreis für den ortsansässigen Einzelhandel mit Hauptsitz im Verbreitungsgebiet. Alle Preise in Euro zzgl. gesetzl. Umsatzsteuer, es gelten die allg. Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften, sowie die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages. Der Verlag behält sich vor, bei nicht erfüllten Abschlüssen Rabatte nachzubelasten. Rabattverfall bei Zwangsvergleichen und Konkursen.

(3) Es kann nur eine Rabattstaffel in Ansatz gebracht werden. Sondervereinbarungen bei Großaufträgen möglich. Rabattabschlüsse sind in der Gesamtausgabe sowie bei Einzeltitelbelegungen möglich. Zur Erfüllung der Abschlüsse zählen Anzeigen innerhalb der gewählten Ausgabe.

# Größen

## Format

Berliner Format (305 x 445mm)

## Satzspiegel

1/1 Seite: 420x282 mm / 7 Spalten = 2940 mm  
Panoramaseite: 600 x 420

## Spaltenbreite

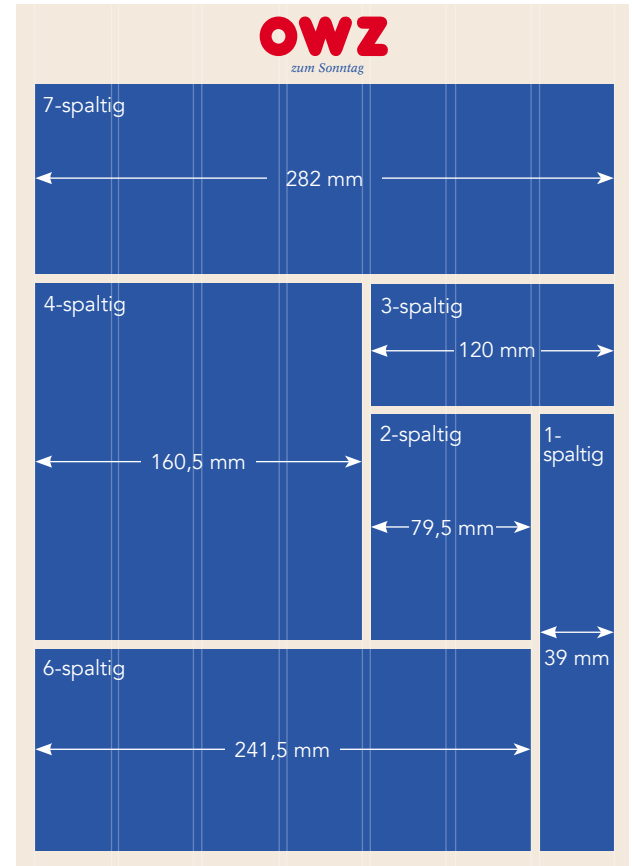
|           |          |
|-----------|----------|
| 1 Spalte  | 39 mm    |
| 2 Spalten | 79,5 mm  |
| 3 Spalten | 120 mm   |
| 4 Spalten | 160,5 mm |
| 5 Spalten | 201 mm   |
| 6 Spalten | 241,5 mm |
| 7 Spalten | 282 mm   |

## Druckart

Rotationsoffset, Copsys & Reinzeichnungen bis 48er Raster

## Mindestgröße

Gewerblich: 35 mm



# Technische Angaben

## Farbführung/Volltondichte

|              |      |
|--------------|------|
| K - Schwarz: | 1,10 |
| C - Cyan:    | 0,90 |
| M - Magenta: | 0,85 |
| Y - Gelb:    | 0,85 |

## Gesamt-Farbauftrag

240 %

## Tonwert-Zuwachs

15 % in Mitteltönen

## Farben

CMYK-Farbseparation; Schmuckfarben sind aus den Grundfarben CMYK aufgebaut und angenähert an den HKS-Standard. Farbschwankungen berechtigen nicht zur Preisminderung.

## Druckdaten

Unseparierte Daten, angelegt im CMYK-Farbraum; sämtliche Schriften müssen in die Enddatei eingebettet (in Pfade umgewandelt) sein; max. Größe für gelieferte Enddaten: 6 MB (außer Datenträger); **Rasterflächen:** min. 15%; Strichbreite bei 4c: min. 0,5 pt; Der Verlag übernimmt keine Haftung bei Negativdruck in 4c-Flächen, wenn die Schrift kleiner als 10 pt und nicht mindestens ein Medium-Schnitt ist, ansonsten gelten folgende Anforderungen: Mindestgröße positiv/1c: 6 pt; Mindestgröße positiv/4c: 10 pt; Mindestgröße negativ/1c: 8 pt und Medium-Schnitt

## Bilder

Auflösung: Graustufen und Farbbilder: 300 dpi; Strichbilder: 1270 dpi; für korrekte Separationen empfehlen wir folgende ICC-Profile: „ISOnewspaper26v4.icc“ (Farbbilder), „ISOnewspaper26v4\_gr.icc“ (Graustufen), erhältlich unter: [http://www.ifra.com/WebSite/ifra.nsf/html/CONT\\_ISO\\_DOWNLOADS](http://www.ifra.com/WebSite/ifra.nsf/html/CONT_ISO_DOWNLOADS) Daten, die nicht im verlangten Farbraum vorliegen, werden automatisch mit dem ISOnewspaper26v4-Profil zu CMYK konvertiert. Dabei entstehende Farbverschiebungen berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen.

## Dateiformate

EPS; TIFF ohne Bildkomprimierung; JPEG mit maximaler Bildqualität und in optimiertem Format, PDF ab Version 1.3, erstellt mit Acrobat Distiller



# Datenübermittlung

## Druckdatenerstellung

InDesign CC, Illustrator CC, Photoshop CC

## Redaktionsschluss

**Donnerstag, 11 Uhr** (vorgezogen in Wochen mit Feiertagen)

## Druckvorlagen, Satz- und Anzeigenaufträge

**satz@owz-verlag.de**

Datenbenennung mit Kundenname und Kalenderwoche der Veröffentlichung (Musterkunde\_KW\_12.pdf)

## Berichterstattung, PRs, Redaktionelles

**redaktion@owz-verlag.de**

## FTP-Server

Zugangsdaten auf Anfrage

## Analoge Unterlagen

Physische Druckunterlagen (z.B. Fotos) werden nur auf Wunsch an den Auftraggeber zurückgesendet.  
Aufbewahrungsfrist endet einen Monat nach Ablauf des Auftrages.

# Beilagen-Verteilung

## Grundpreis (1)

96,- € / 1.000 Beilagen bis 20g

## Ortspreis (2)

83,- € / 1.000 Beilagen bis 20g

## Gewichtsstaffelung

zusätzlich 10,- € / 1.000 Beilagen je 10g

## Beilagenlieferung

bis spätestens 5 Werktage vor dem Erscheinen frei Haus,  
**Anlieferadresse** für Beilagen auf Anfrage.

## Mindestauflage

2.000 Beilagen

## Rabatte

bei mehrfacher Beilagenschaltung  
auf Anfrage

## Verteilgebiet

Auswahl bis auf Orteisebene möglich,  
Auflistung der Haushaltszahlen für Gebiete und Orte auf  
Wunsch möglich

## Annahmeschluss

Beilagenauftragserteilung bis 10 Werktage vor  
Erscheinen

## Beilagedruck

Preis und technische Angaben auf Anfrage

## Kontakt

beilagen@owz-verlag.de

(1) Grundpreis: Auf den Grundpreis erhalten nachweisliche Werbemittler 15% AE-Provision (2) Ortspreis: Ermäßigter Grundpreis für den ortsansässigen Einzelhandel mit Hauptsitz im Verbreitungsgebiet. Alle Preise in Euro zzgl. gesetzl. Umsatzsteuer, es gelten die allg. Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften, sowie die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages. Der Verlag behält sich vor, bei nicht erfüllten Abschlüssen Rabatte nachzubelasten. Rabattverfall bei Zwangsvergleichen und Konkursen.

# Unser Verteilgebiet

## LK Waldeck Frankenberg

|       |        |     |
|-------|--------|-----|
| 34474 | Wethen | 180 |
|-------|--------|-----|

## LK Kassel

|       |        |       |
|-------|--------|-------|
| 34479 | Breuna | 1.640 |
|-------|--------|-------|

|       |                |       |
|-------|----------------|-------|
| 34385 | Bad Karlshafen | 1.670 |
|-------|----------------|-------|

## LK Holzminden

|       |        |       |
|-------|--------|-------|
| 37639 | Bevern | 2.977 |
|-------|--------|-------|

|       |             |       |
|-------|-------------|-------|
| 37619 | Bodenwerder | 4.237 |
|-------|-------------|-------|

|       |         |       |
|-------|---------|-------|
| 37691 | Boffzen | 3.343 |
|-------|---------|-------|

|       |              |       |
|-------|--------------|-------|
| 37632 | Escherhausen | 2.773 |
|-------|--------------|-------|

|       |            |       |
|-------|------------|-------|
| 37603 | Holzminden | 9.633 |
|-------|------------|-------|

|       |       |       |
|-------|-------|-------|
| 37647 | Polle | 1.386 |
|-------|-------|-------|

|       |                |       |
|-------|----------------|-------|
| 37627 | Stadtoldendorf | 4.326 |
|-------|----------------|-------|

|       |       |     |
|-------|-------|-----|
| 37620 | Halle | 700 |
|-------|-------|-----|

## LK Höxter

|       |             |       |
|-------|-------------|-------|
| 33014 | Bad Driburg | 8.671 |
|-------|-------------|-------|

|       |            |       |
|-------|------------|-------|
| 37688 | Beverungen | 6.841 |
|-------|------------|-------|

|       |              |       |
|-------|--------------|-------|
| 34434 | Borgentreich | 3.537 |
|-------|--------------|-------|

|       |        |       |
|-------|--------|-------|
| 33034 | Brakel | 6.773 |
|-------|--------|-------|

|       |        |        |
|-------|--------|--------|
| 37671 | Höxter | 13.392 |
|-------|--------|--------|

|       |               |       |
|-------|---------------|-------|
| 37696 | Marienmünster | 1.670 |
|-------|---------------|-------|

|       |         |       |
|-------|---------|-------|
| 33039 | Nieheim | 2.451 |
|-------|---------|-------|

|       |           |       |
|-------|-----------|-------|
| 32839 | Steinheim | 5.067 |
|-------|-----------|-------|

|       |         |        |
|-------|---------|--------|
| 34414 | Warburg | 10.625 |
|-------|---------|--------|

|       |               |       |
|-------|---------------|-------|
| 34439 | Willebadessen | 3.290 |
|-------|---------------|-------|

**Gesamtauflage**  
95.182 Exemplare

# Technische Angaben für Beilagen

## Einzelblätter

In Formaten größer als DIN A6 mit Flächengewicht > 120 g/qm  
Größere Formate mit einem Flächengewicht von mindestens 60 g/qm sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 zu falzen.

## Mehrseitige Beilagen

Beilagen im Maximalformat müssen einen Mindestumfang von 8 Seiten haben. Bei geringeren Umfängen ist ein Flächengewicht von mindestens 120 g/qm erforderlich oder diese Beilage nochmals zu falzen. Der Bund muss sich an einer Längsseite befinden.

## Format

Mindestformat DIN A5 (148 x 210 mm)  
Maximalformat DIN A4 (210 x 297 mm)

## Muster-Exemplare

Zur Gewährleistung eines komplikationslosen Einsteckprozesses ist die Vorlage von Mustern vorab sinnvoll. Von obiger Beschreibung abweichende Beilagen sind unbedingt vorab zu bemustern (14 Tage vor Erscheinen).

## Falzarten

Beilagen dürfen nur im Kreuz-, Wickel- oder Mittelfalz verarbeitet werden. Leporello- und Fensterfalz können nicht maschinell verarbeitet werden. Mehrseitige Beilagen größer als DIN A5 müssen den Falz an der langen Seite haben.

## Gewichte

Bei Beilagen unter 12 g sind Mehrfachbelegungen nicht auszuschließen. Bei Beilagen über 20 g/Expl. ist eine Rückfrage beim Verlag erforderlich.

## Beschnitt

Alle Beilagen müssen rechteckig und formatgleich geschnitten sein. Beilagen dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen.

## Angeklebte Produkte

Sind grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß geklebt werden. Es sollte keine Punkt- sondern nur Strichleimung angewendet werden. Bei allen Produkten mit außen angeklebten Produkten ist unbedingt eine Abstimmung mit der Druckerei erforderlich. Die masch. Verarbeitung von Beilagen mit Sonderformaten, Warenmustern oder -proben ist ohne vorherige Prüfung nicht möglich.

## Draht-Rückstichheftung

Draht-Rückstichheftung sollte möglichst vermieden werden. Bei Verwendung muss die Drahtstärke der Rückenstärke angemessen und darf keinenfalls stärker sein. Dünne Beilagen sollten grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden.

# Technische Angaben für Beilagen

## Anlieferungszustand

Die Beilagen müssen so beschaffen sein und angeliefert werden, dass eine sofortige maschinelle Verarbeitung gewährleistet werden kann. Zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene und feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden. Beilagen mit geknickten Ecken bzw. Kanten, Quetschfalten oder mit verlagerten Rücken sind ebenfalls nicht verarbeitbar.

## Lagen

Die unverschränkten, kantengenauen Lagen sollen eine Höhe von ca. 80 bis 100 mm aufweisen. Eine Vorsortierung wegen zu dünner Lagen darf nicht notwendig sein.

## Palettierung

Beilagen müssen sauber auf stabilen Euro-Mehrwegpaletten gestapelt sein. Beilagen sollen gegen eventuelle Transportschäden und Feuchtigkeit geschützt sein. Der Palettenboden ist mit einem stabilen Karton zu bedecken. Das Durchbiegen der Lagen kann ggf. durch einen stabilen Karton zwischen den Lagen vermieden werden. Der Stapel erhält gleichzeitig mehr Festigkeit. Wird der Stapel umreift oder schutzverpackt, ist darauf zu achten, daß die Kanten der Beilagen nicht beschädigt oder umgebogen werden. Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich sichtbar mit einer Palettenkarte mit Inhalts- und Mengenangabe gekennzeichnet sein.

## Letzter Rücktrittstermin

5 Werktage vor Verteilung

## Verpackungsmaterial

- Paletten und Deckelbretter sind im Mehrwegverkehr zu nutzen
- Palettenbänder sollen aus Stahl sein
- Kunststoffmaterialien müssen aus PE sein
- Kartonagen müssen recyclingfähig sein
- es darf kein Verbundmaterial eingesetzt werden.

## Begleitpapiere

Aus dem Lieferschein u. der Kennzeichnung der Paletten haben hervorzugehen:

- zu belegendes Objekt und zu belegenden Ausgaben
- Einsteck- und Erscheinungstermin
- Auftraggeber der Beilage
- Beilagentitel oder Artikelnummer bzw. Motiv
- Absender und Empfänger
- Anzahl der Paletten
- Gesamtauflage der gelieferten Beilagen

Es ist unbedingt auf Textgleichheit des Lieferscheines zur Palettenkarte zu achten.

## Sonstiges

Liegen für einen Tag mehrere Beilagenaufträge vor, können die Prospekte auch ineinandergesteckt dem Anzeigenblatt beigelegt werden. Die Anlieferung sollte spätestens 5 Tage vor Erscheinen erfolgen. Lieferanschrift auf Anfrage.



[www.owz-zum-sonntag.de](http://www.owz-zum-sonntag.de)



## Nicht jeder unserer Leser ist (nur) ein Print-Leser!

Uns erreichen regelmäßig Nachrichten von weggezogenen Leser:innen, welche die Zeitung bis in die neue Heimat wöchentlich als ePaper lesen. Sie wollen über die Nachrichten und auch die Geschäfte in der Region informiert bleiben.

Dann gibt es noch die Leser:innen, welche von unseren Nachrichten nicht genug bekommen. Sie lesen online die Artikel, die es nicht in die Printausgabe geschafft haben und schauen sich online unsere Bildergalerien an.

**Diese potentiellen Kund:innen erreichen Sie mit einer preiswerten Online-Anzeige auf unserer Website.**

# Online Anzeigen

## Artikelbutton

ab 80,- €

## Hochformat Button

ab 110,- €

## Artikelbanner

ab 120,- €

## Titelkopf

ab 140,- €

### Verlinkung inklusive

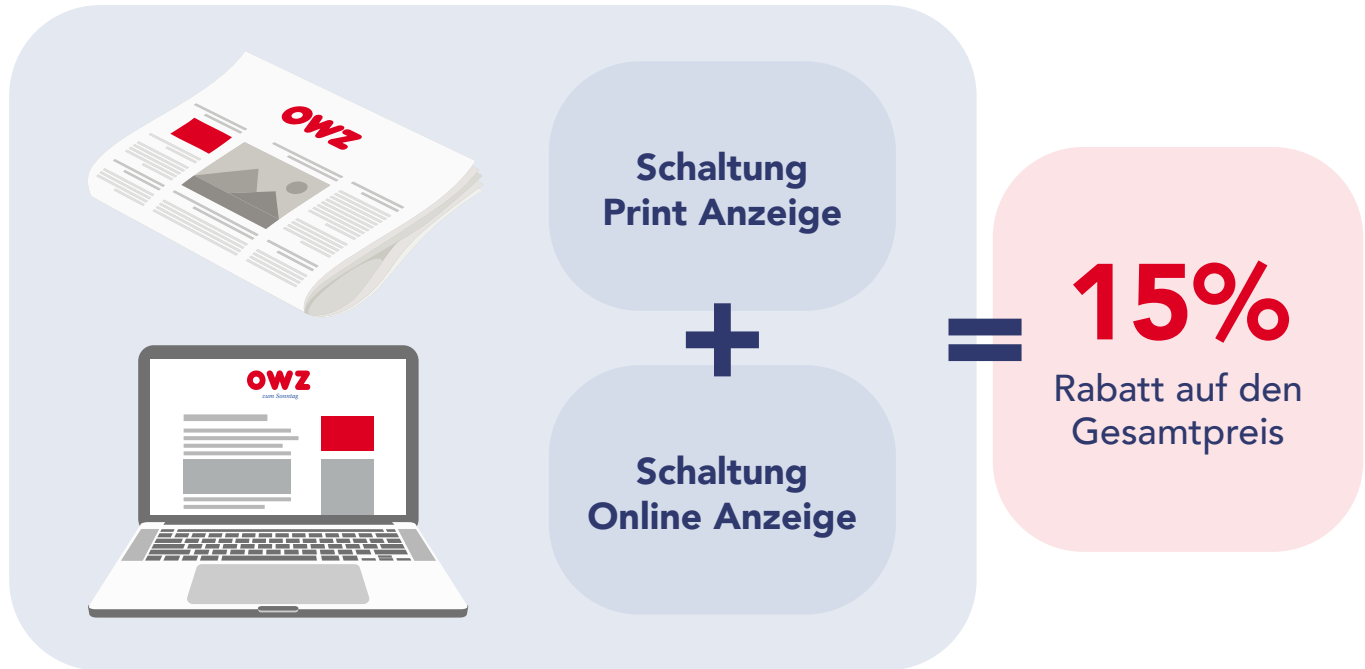
egal ob auf die eigene Website, Social Media etc.

### animierte Werbung

auf Anfrage



# Print & Online





# Technische Angaben Online Anzeigen

## Anzeigenformate

Folgende Anzeigenformate kennt das PS.Content #Portal im Standard:

### Artikelbutton

Seitenverhältnis: 16:9      Mindestgröße (px): 350x200

### Titelkopf

Seitenverhältnis 1:3      Mindestgröße (px): 360 x n

Die Breite des Titelkopfs wird vom Responsive Layout vorgegeben. Er ist eine Spalte breit (360px im Standardlayout), die Höhe des Titelkopfs wird vom Seitenkopf im Rahmentemplate vorgegeben. Ist der Seitenkopf 70px hoch, kann der Titelkopf max. 60px hoch sein. Titelköpfe werden ausgeblendet, wenn nicht genug Platz vorhanden ist.

### Hochformat Banner

Seitenverhältnis: frei      Mindestgröße (px): 360px x n

Ein Hochformatbanner hat eine beliebige Höhe (idealerweise max. 1 Seite hoch) und eine Breite von einer Spalte (360px im Standardlayout). Der Banner wird immer auf Spaltenbreite skaliert.

### Banner

Seitenverhältnis: frei      Mindestgröße (px): --

Der Banner kann ein beliebiges Format haben. Ist er zu breit, wird er proportional skaliert.

## Dateiformate

Als Onlineanzeige lässt sich jegliches Pixelbildformat verwenden. Ideale Dateiformate sind WEBP, PNG, JPEG. Andere Dateiformate werden automatisch konvertiert.

Wird beim Hochladen eines Anzeigenmotivs erkannt, dass es sich um eine Animation handelt (GIF/PNGA), wird diese Anzeige nicht konvertiert, und die Animation entsprechend abgespielt.

Der PS.Content #Portal Ad-Server unterstützt Responsive Anzeigen. Dh. Anzeigen können je Endgerät ein unterschiedliches Motiv haben: Normal; Mobil (Smartphone); Tablet. Das normale Motiv ist obligatorisch, die anderen beiden können optional geliefert werden.

## Dimension / Größe / Anzeigentyp

Der Adserver des PS.Content #Portal entscheidet abhängig vom Anzeigentyp, ob und wo eine Anzeige veröffentlicht wird.

# Verlagsangaben

## **Inhaberin/Geschäftsführerin**

Annie Lalé

## **Prokuristin**

Lou-Anne Lalé

## **Hauptsitz/Betreiber**

Industriestraße 23  
34369 Hofgeismar  
Telefon: 0 56 71 / 99 44 - 41  
Telefax: 0 56 71 / 99 44 - 99

## **Verkauf**

### **Carsten Mantel**

E-Mail: mantel@owz-verlag.de

### **Conny Paetzold**

E-Mail: paetzold@owz-verlag.de

### **Holger Lamour**

E-Mail: lamour@owz-verlag.de

### **Wolfgang Driemeier**

E-Mail: driemeier@owz-verlag.de

## **Chefredaktion**

Annie Lalé (verantwortlich)

## **Redaktion**

Marc Otto  
Julia Sürder  
Barbara Siebrecht  
E-Mail: redaktion@owz-verlag.de

## **Bankverbindung**

Sparkasse Höxter/Warburg  
IBAN: DE27 4725 1550 0003 0506 48  
BIC: WELADED1HXB

## **Zahlungsbedingungen**

Zahlung innerhalb 14 Tage ohne Abzug.  
Alle genannten Preisangaben in Euro zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

## **Geschäftsbedingungen**

Mit der Auftragserteilung gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

## **Gerichtsstand**

Hofgeismar

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zwecke 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 Anzeigen 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 genannten 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 der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Ausgaben/Nummern, bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Titeln, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und diese dem Verlag ausdrücklich bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden, soweit dies technisch möglich ist, in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im

Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen bzw. zu sperren, insbesondere wenn nach seiner Auffassung deren Inhalt gegen geltendes Recht oder behördliche Bestimmungen verstößt, Rechte Dritter verletzt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. In diesen Fällen wird der Anbieter den Auftraggeber unverzüglich darüber informieren, dass er das Werbemittel nicht veröffentlichen bzw. sperren wird. Ansprüche jeglicher Art des Auftraggebers gegen den Anbieter sind in diesem Zusammenhang ausgeschlossen. 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 Lesen den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Der Anbieter ist berechtigt, die Veröffentlichung eines Werbemittels, insbesondere solche für Arznei- und Heilmittel, von einer vorherigen schriftlichen Zusicherung des Auftraggebers über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung bzw. von der Abgabe einer Freistellungserklärung abhängig zu machen und/oder die Dateien auf Kosten des Auftraggebers von einer sachverständigen Stelle auf rechtliche Zulässigkeit prüfen zu lassen.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen gemäß „Allgemeine technische Angaben“ oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich eine Ersatzlieferung.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind, auch bei telefonischer Auftragserteilung, ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. 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 auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

10. 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.

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

12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst bis 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.

13. 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenschnitte, Belegseiten und 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.

15. Kosten für die Anlieferung der Druckunterlagen, sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

16. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen 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 50 g) überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderungen an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet einen Monat nach Ablauf des Auftrages.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

## 18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Bestandsdaten werden nur zur Ausführung und Abwicklung des Auftrages gespeichert und verwendet und ggf. an beteiligte Kooperationspartner/ Erfüllungshelfen weitergegeben. Ansonsten erfolgt eine Weitergabe, Verarbeitung und Nutzung der Bestandsdaten nur, sofern der Auftraggeber einwilligt oder dies datenschutzrechtliche Vorschriften oder ein anderes Gesetz zulässt.

19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

20. Der Inhalt der Druckschrift darf nicht zu kommerziellen Zwecken kopiert, verbreitet, verändert oder Dritten zugänglich gemacht werden. Texte, Bilder, Grafiken und Anzeigen unterliegen dem Schutz des Urheberrechtes und anderen Schutzgesetzen.

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Der Verlag wendet bei der Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von dem Auftraggeber irreführt oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifes. Der Auftraggeber trägt allein 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 diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn es sisiert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen sisierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. Die Kosten etwaiger Gegendarstellungen trägt der Auftraggeber.

b) Bei fermündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellungen einer bereits gesetzten Anzeige werden die Satzkosten berechnet.

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

d) Bei Nichteinhaltung der vereinbarten Anzeigenmenge bzw. Beilagenmenge behält sich der Verlag die Nachbelastung gewährter Rabatte vor.

e) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen, wenn der Werbungstreibende nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeigen auf den Fehler hinweist. Bei Fließsatzanzeigen behält sich der Verlag die Anwendung von allgemein verständlichen Abkürzungen vor.

f) Zur Vermeidung von Verwechslungen mit privaten Anzeigen müssen gewerbliche Anzeigen als solche klar erkennbar sein, z.B. durch Kennzeichnung mit „Immobilien“ für Immobilienfirmen oder mit „Kfz-Firma“ bzw. „Firma“ für sonstige gewerbliche Anbieter. Der Gebrauch von Kennzeichen geschieht auf das Risiko des Auftraggebers. Ihm obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen bei unzureichender Kennzeichnung gegen den Verlag erwachsen.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

g) Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten mangels anderer Vereinbarungen die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge in Kraft.

h) Bei Nichterscheinen im Falle höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und auf Leistungen von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für Nichtveröffentlichung oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen und nicht ausgeführte Beilagenaufträge geleistet.

i) Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, daß die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, daß die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.

j) Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Anzeigenaufträge durch Werbemittler und Werbeagenturen werden in deren Namen auf deren Rechnung angenommen.

k) Datenschutz: Gemäß § 26 Bundesdatenschutzgesetz weisen wir darauf hin, daß im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Kunden- und Lieferantendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.

l) Die Kennzeichnung und Aufmachung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen.

m) Alle Termine, sämtliche technische Vor- und Angaben, alle Ausführungsbedingungen dieser Preisliste, sowie Betriebsgrenzen, bzw. Produktionsschwankungen im Druckprozess, auch solche, die nicht in dieser Preisliste explizit aufgeführt, aber allgemein bzw. gutachterlich festgelegt sind, werden mit der Auftragserteilung vom Auftraggeber anerkannt.

n) Mehr- oder Minderauflagen, sowie branchenübliche Streuverluste (ca.

15%), sowohl bei der Zeitungs- als auch bei der Beilagenstreuung berechtigten nicht zur Minderung des Verlagsvergütungsanspruches. Grundsätzlich wird jeder erreichbare Privathaushalt beliefert. Abgelegene Gehöfte, Einzelhäuser oder Haushalte in Industriegebieten werden nur nach den lokalen, individuellen Gegebenheiten beliefert. Bis zu halbtägliche Streuverzögerungen berechtigten nicht zu Abzügen.

o) Periodisch erteilte Aufträge ab einer Laufzeit von mindestens sechs Monaten verlängern sich automatisch jeweils um die ursprünglich vereinbarte Laufzeit zu den gleichen Konditionen wie zu Vertragsabschluss, falls nicht einen Monat vor Ablauf des Vertrages eine schriftliche Kündigung von einem der Vertragspartner erfolgt.

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen für Online Aufträge

Der Verkauf aller Werbeflächen und sonstiger werblicher Inhalte erfolgt auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen unter Ausschluss entgegenstehender Geschäftsbedingungen des Auftraggebers.

### 1. Werbeauftrag

(1) „Werbefauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

## 2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner, Button), aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link, Hyperlink).

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung oder des Werbeumfeldes nach Einschätzung des Anbieters nicht als solche erkennbar sind, werden vom Anbieter als Werbung deutlich kenntlich gemacht, ohne dass dies einer Genehmigung des Auftraggebers bedarf. Der Anbieter ist bei der inhaltlichen Gestaltung des Umfeldes des Werbemittels grundsätzlich frei, soweit vertraglich nicht etwas anderes schriftlich vereinbart wurde.

(3) Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass über die Werbemittel nicht auf irgendwelche Daten oder andere Websites zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht oder gegen Rechte Dritter verstoßen und insbesondere keine sittlich anstößigen (insbesondere rassistischen, pornografischen, gewaltverherrlichenden, beleidigenden, obszönen) Inhalte aufweisen. Sollte dies gleichwohl der Fall sein, so gelten die Punkte 8 und 9 entsprechend.

## 3. Vertragsschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags durch den Anbieter zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Anbieter ist berechtigt, von

den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung etc.) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

## 4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

## 5. Auftragserweiterung

Der Anbieter erbringt ausschließlich die im jeweiligen Werbeauftrag aufgeführten und vereinbarten Leistungen. Der Auftraggeber ist jedoch berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Punkt 4 genannten Frist unter

dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel, gegen gesonderte Vergütung, abzurufen. Eine solche Auftragserweiterung bedarf der schriftlichen Vereinbarung.

## 6. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

## 7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Anbieters entsprechende Werbe-

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

mittel und die URL, auf die das Werbemittel verweisen soll, rechtzeitig (mindestens 3 Werktage, bei Sonderwerbformen gemäß des im Angebot angegebenen Termins) und vollständig vor Schaltungsbeginn anzuliefern sowie sicherzustellen, dass durch die Werbemittel keine Gefahren ausgehen, etwa durch Viren oder sonstige technische Probleme. Sollten dem Anbieter aus der Verwendung der vom Auftraggeber überlassenen Werbemittel Schäden entstehen, hat der Auftraggeber für diese einzutreten.

(2) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen. Ab dem im Angebot angegebenen Anlieferungstermin sind Änderungen von Größen, Formaten, Ausstattungen und Platzierungen nicht mehr möglich. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten.

(3) Datenträger, Fotos oder sonstige Unterlagen des Auftraggebers werden ihm nur auf sein Verlangen und auf seine Kosten zurückgesandt. Die Gefahr hierfür trägt der Auftraggeber.

## 8. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen bzw. zu sperren, insbesondere wenn nach seiner Auffassung deren Inhalt gegen geltendes Recht oder behördliche Bestimmungen verstößt, Rechte Dritter verletzt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. In diesen Fällen wird der Anbieter den Auftraggeber unverzüglich darüber informieren, dass er das Werbemittel nicht veröffentlichen bzw. sperren wird. Ansprüche jeglicher Art des Auftraggebers gegen den Anbieter sind in diesem Zusammenhang ausgeschlossen.

(2) Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert

werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden. Absatz 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(3) Der Anbieter ist berechtigt, die Veröffentlichung eines Werbemittels, insbesondere solche für Arznei- und Heilmittel, von einer vorherigen schriftlichen Zusicherung des Auftraggebers über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung bzw. von der Abgabe einer Freistellungserklärung abhängig zu machen und/oder die Dateien auf Kosten des Auftraggebers von einer sachverständigen Stelle auf rechtliche Zulässigkeit prüfen zu lassen.

(4) Eine Prüfpflicht des Anbieters bezüglich der Rechtmäßigkeit des Werbemittels besteht jedoch nicht.

## 9. Rechtsgewährleistung des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt, keine Rechte Dritter (insbesondere gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte etc.) oder sonstigen gesetzliche Bestimmungen verletzt und die Werbemittel keine sittlich anstößigen Inhalte (vgl. Punkt 2 Absatz 3) aufweisen. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung entsprechender gesetzlicher Bestimmungen oder Rechte Dritter geltend gemacht werden. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Absatz 1 gilt bei Einleitung eines strafrechtlichen oder behördlichen Verfahrens gegen den Anbieter aufgrund eines Werbemittels entsprechend.

(3) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung des Werbemittels in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank



# Allgemeine Geschäftsbedingungen

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 und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

## 10. Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler bei der Wiedergabe/Darstellung des Werbemittels.

Ferner ist die Gewährleistung ausgeschlossen bei Fehlern der Wiedergabe/Darstellung, die hervorgerufen werden durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser) oder durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert und der Anbieter diese Fälle nicht zu vertreten hat. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen, Unzumutbarkeit oder Unmöglichkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so

hat der Auftraggeber bei ungenügender Darstellung/Wiedergabe keine Ansprüche, soweit die ungenügende Darstellung/Wiedergabe hierauf beruht. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist. Der Auftraggeber hat das in Auftrag gegebene Werbemittel unverzüglich nach seiner ersten Schaltung zu prüfen und einen eventuellen Mangel, der sich zeigt, unverzüglich, schriftlich gegenüber dem Anbieter anzuzeigen. Bei fehlender Mangelanzeige innerhalb dieses Zeitraumes gilt die Ausführung des Auftrages als genehmigt. Bei rechtzeitiger Mangelanzeige beschränkt sich die Haftung des Anbieters auf Nacherfüllung in Form der Nachbesserung bzw. Ersatzveröffentlichung. Im Falle des Fehlschlagens bzw. der Unmöglichkeit der

Nacherfüllung kann der Auftraggeber die Herabsetzung der Vergütung oder die Rückgängigmachung des Vertrages verlangen.

## 11. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen. Bei Nachholung des Auftrages nicht innerhalb angemessener und zumutbarer Zeit hat der Auftraggeber Anspruch auf Rückzahlung der von ihm insoweit entrichteten Vergütung. Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

## 12. Haftung

Eine Haftung des Anbieters auf Schadens- oder Aufwendungsersatz - gleich aus welchem Rechtsgrund - besteht nur, wenn der Schaden bzw. die Aufwen-

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

dungen auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Anbieters zurückzuführen sind oder durch schuldhafter Verletzung einer verkehrswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise vom Anbieter verursacht wurden. Haftet der Anbieter nach den vorstehenden Grundsätzen dem Grunde nach, ohne dass Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorliegt, so ist die Haftung des Anbieters der Höhe nach auf den typischen Schadens- bzw. Aufwendungsumfang, der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses vernünftigerweise voraussehbar war, und auf das für die betreffende Anzeige zu zahlende Entgelt begrenzt.

Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse gelten nicht bei schuldhafter Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, für Haftungsansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz sowie im Falle einer vertraglich vereinbarten verschuldensunabhängigen Einstandspflicht. Soweit die Haftung des Anbieters nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Organe, Arbeitnehmer, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

## 13. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internetportal veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

(3) Wird der Auftrag durch den Auftraggeber nicht innerhalb der vereinbarten Laufzeit erfüllt, d. h. ruft der Auftraggeber die Werbung nicht innerhalb der

Laufzeit ab oder gerät er mit der Zahlung der Rechnungen in Verzug, erfolgt eine Rückbelastung entsprechend den im Tarif festgelegten Rabattstufen.

(4) Die von den Online-Angeboten gewährte Vermittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

(5) Für den Anspruch auf gemeinsame Rabattierung ist bei konzernangehörigen Unternehmen eine Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich. Der Anspruchsteller hat den Nachweis des Bestehens einer solchen Unternehmensverbindung zu führen.

(6) Die Preisliste sieht die Geltung von Grund- und Lokalpreisen vor. Dabei gelten Grundpreise für Onlineaufträge von Werbeagenturen, ferner für Onlineaufträge, die nicht aus dem Verbreitungsgebiet der Printausgabe des entsprechenden Verlagsobjektes stammen. Lokalpreise gelten demgegenüber für Onlineaufträge aus dem Verbreitungsgebiet der Printausgabe der OWZ Verlags GmbH im Direktverkehr.

Die Preislisten der Online-Angebote sind keine Angebote i. S. d. Bürgerlichen Gesetzbuchs. Eventuell vom Anbieter abgegebene Angebote sind in jedem Fall freibleibend. Die jeweils aktuelle und gültige Fassung der Preislisten ist im jeweiligen Internetportal abrufbar.

## 14. Zahlungskonditionen

(1) Zahlungsansprüche des Anbieters sind zahlbar spätestens 14 Tage nach Rechnungszugang. Aufträge bis 50 Euro werden generell nur bei erteilter Einzugsermächtigung entgegengenommen.

(2) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Werbemittel Vorauszahlung verlangen.

(3) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

## 15. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-mail erfolgen. Kündigungen per E-mail bedürfen einer Bestätigung durch den Anbieter. Erst wenn der Auftraggeber diese Bestätigung erhalten hat, kann die Kündigung wirksam werden.

## 16. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Bestandsdaten werden nur zur Ausführung und Abwicklung des Auftrages gespeichert und verwendet und ggf. an beteiligte Kooperationspartner/ Erfüllungsgehilfen weitergegeben. Ansonsten erfolgt eine Weitergabe, Verarbeitung und Nutzung der Bestandsdaten nur, sofern der Auftraggeber einwilligt oder dies datenschutzrechtliche Vorschriften oder ein anderes Gesetz zulässt.

## 17. Erfüllungsort/Gerichtsstand/sonstige Regelungen

(1) Erfüllungsort für sämtliche Leistungen nach dem Werbeauftrag ist der Sitz des Anbieters.

(2) Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten aus dem Werbeauftrag im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist der Sitz des Anbieters. 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, gilt als Gerichtsstand

der Sitz des Anbieters als vereinbart.

(3) Der Werbeauftrag und diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen unterliegen ausschließlich deutschem Recht.

(4) Ergänzungen und/oder Abänderungen des Werbeauftrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen der Schriftform. Dies gilt gleichermaßen für die Aufhebung des Schriftformerfordernisses selbst.

(5) Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame(n) Bestimmung(en) werden vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragsparteien mit der/den unwirksamen Bestimmung(en) erkennbar verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.

**Wir sind Ihre Werbung wert.**