

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR VERTRÄGE MIT ANZEIGEN- UND PROSPEKTKUNDEN

Nussbaum Medien Weil der Stadt GmbH & Co. KG, Nussbaum Medien Uhingen GmbH & Co. KG, Nussbaum Medien Rottweil GmbH & Co. KG

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für die Herstellung und/oder das Verteilen von Prospekten sowie für Verträge über die Veröffentlichung von Anzeigen in allen periodischen Druckerzeugnissen der Verlage Nussbaum Medien Weil der Stadt GmbH & Co. KG, Nussbaum Medien Rottweil GmbH & Co. KG und Nussbaum Medien Uhingen GmbH & Co. KG (im folgenden „Verlag“ genannt). Sie gelten auch für künftige Anzeigenaufträge. Eigenen AGB des Kunden wird hiermit widersprochen.

## 1. Zustandekommen des Vertrages

Der Kunde ist an sein Vertragsangebot (Auftrag) 14 Tage gebunden. Der Vertrag kommt durch schriftliche Annahmeerklärung des Verlags (Bestätigung) zustande, mangels einer solchen durch Veröffentlichung der Anzeige bzw. durch die Ausführung des Auftrags.

## 2. Zulässiger Inhalt der Anzeige

Der Inhalt der Anzeige darf nicht gegen Gesetze verstoßen. Er darf weder Angriffe auf Dritte enthalten noch Rechte Dritter verletzen. Soweit der Kunde Texte, Zeichnungen oder Lichtbilder Dritter verwendet, hat er zuvor die Zustimmung sowohl des Urhebers als auch der abgebildeten Person einzuholen. Soll die Anzeige in einem Amtsblatt veröffentlicht werden, darf sie keinen Beitrag zur Meinungsbildung in einer die Öffentlichkeit bewegenden Frage darstellen. Dem Verlag wird deshalb ein Rücktrittsrecht zugestanden für den Fall, dass der Inhalt der Anzeige den vorstehend genannten Kriterien nicht entspricht.

### Freistellung:

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, die Nussbaum Medien von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er abbestellt sein sollte, erwachsen. Nussbaum Medien ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

### Persönliche Daten und Datenschutz:

Mit Aufgabe einer Anzeige erklärt sich der Auftraggeber damit einverstanden, dass die für die Veröffentlichung und Abrechnung der Anzeige notwendigen Daten in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert werden, auf Grund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus.

## 3. Druckvorlagen

Druckvorlagen und andere Angaben zum Inhalt der Anzeige müssen klar und unmissverständlich sein. Sie sind maschinenschriftlich, per E-Mail oder als Datei zu übermitteln. Fehler, die auf eine handschriftliche Übermittlung zurückzuführen sind oder Missverständnisse bei der mündlichen oder fernmündlichen Übermittlung gehen zu Lasten des Kunden. Druckvorlagen werden 2 Monate nach erfolgter Veröffentlichung vernichtet. Eine Rücksendung erfolgt nur, wenn dies ausdrücklich vereinbart wurde.

## 4. Veröffentlichungswünsche

Regelmäßiger Anzeigenschluss in wöchentlich erscheinenden Druckwerken ist der Montag einer Woche, 18.00 Uhr. Bis dahin beauftragte und ggf. zum Druck freigegebene Anzeigen werden in der nächsten Ausgabe veröffentlicht. Wünscht der Kunde die Veröffentlichung in einer anderen Ausgabe, ist dies ausdrücklich zu beauftragen. Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt, sind für den Verlag aber im Zweifel unverbindlich. Bestätigt der Verlag eine bestimmte Platzierung, ist dies für beide Seiten verbindlich; eine Stornierung ist in diesem Fall abweichend von Ziffer 16 nicht mehr möglich.

## 5. Korrekturabzug

Korrekturabzüge werden in Dateiform übermittelt, und zwar nur dann, wenn der Kunde dies ausdrücklich im Ver-

trag vereinbart hat. Bei Anzeigen in den Mindestgrößen 60 mm 2-spaltig oder 30 mm 4-spaltig sind bis zu zwei Korrekturabzüge im Anzeigenpreis enthalten. Im Übrigen sind für jeden Korrekturabzug 5,50 EUR zu entrichten. Korrekturabzüge sind unverzüglich zu überprüfen und gegebenenfalls korrigiert mit Druckfreigabe zurückzusenden. Die Druckfreigabe hat spätestens bis zum Zeitpunkt des Anzeigenschlusses zu erfolgen.

## 6. Größe und Gestaltung der Anzeige

Aus drucktechnischen Gründen können Anzeigen nur 2- oder 4-spaltig gedruckt werden (das entspricht einer Breite von 90 bzw. 185 mm). Auf dieser Grundlage erfolgt eine Berechnung auch dann, wenn die Vorgabe des Kunden für die Anzeige eine geringere Breite ausweist.

Die Höhe der Anzeige bestimmt sich im Zweifel nach dem für den Inhalt der Anzeige benötigten Raum. Das gilt auch bei Vorgabe einer bestimmten Höhe durch den Kunden, sofern der Text darin nicht untergebracht werden kann. Dementsprechend erfolgt auch die Abrechnung.

## 7. Preise

Bei Anzeigenaufträgen im kaufmännischen Verkehr, insbesondere bei langfristigen Abschlüssen, erfolgt die Abrechnung aufgrund der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der jeweiligen Anzeige gültigen Preisliste.

Rabatte werden nur kundenbezogen gewährt. Dies gilt auch bei Einschaltung eines Werbemittlers oder einer Agentur. Der Anzeigenabschluss ist nicht übertragbar.

Ein eingeräumter Mengenrabatt (Malstaffel oder Mengestaffel) wird unter Vorbehalt sofort von jeder Rechnung in Abzug gebracht. Werden die Voraussetzungen für den eingeräumten Rabatt aus Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, nicht erreicht, hat der Kunde vorbehaltlich weiterer Ansprüche den zunächst in Abzug gebrachten Rabatt nachzuentrichten.

Kirchen und eingetragene Vereine, die nicht politische Parteien sind, erhalten einen Rabatt von 20 % auf Anzeigen, die das religiöse oder gesellschaftliche Leben des Vertriebsorts betreffen, unmittelbar der Förderung der Ziele der Kirche oder des Vereins dienen und nicht primär auf die Erzielung von Einnahmen gerichtet sind.

Unter denselben Voraussetzungen wird den politischen Parteien ein Rabatt von 15 % eingeräumt.

Eine Kumulierung mit anderen Rabatten (z. B. mit einem Mal- oder Mengenrabatt) ist nicht möglich.

## 8. Werbemittler/Werbeagenturen

Werbemittler oder Werbeagenturen, die für einen Kunden einen Anzeigenauftrag erteilen, erhalten unter den nachstehenden Voraussetzungen eine AE-Provision von 15 %. Voraussetzung ist, dass dem Verlag eine druckfertige (reproduktionsfähige) Vorlage zur Verfügung gestellt wird, und dass auch alle weiteren den Druck vorbereitenden Arbeiten vom Werbemittler oder von der Werbeagentur erledigt werden. Ist dies nicht der Fall, vermindert sich die AE-Provision auf 10 %.

Die AE-Provision darf weder ganz noch teilweise an den Kunden weitergegeben werden.

Eine AE-Provision wird nicht gewährt auf Anzeigen, für die bereits ein Direktabschluss mit dem Kunden vorliegt. Eine AE-Provision wird ferner nicht gewährt, wenn der Anzeigenauftrag vom Werbemittler oder von der Agentur im eigenen Namen erteilt wird.

## 9. Beleg

Ein Beleg über die veröffentlichte Anzeige wird nicht übersandt. Kunden, die ihren Sitz nicht am Vertriebsort des Druckwerks haben, können im Rahmen des Vertragschlusses um Übersendung einer Belegseite bitten. In diesem Fall erfolgt die Übermittlung als PDF-Datei zusammen mit der Rechnung per E-Mail. Im Übrigen können Belegseiten oder Belegexemplare nur gegen Berechnung abgegeben werden.

## 10. Rechnung und Zahlung

Die Rechnung wird per E-Mail übermittelt. Sie ist sofort rein netto zahlbar. Ein Skontoabzug wird nicht gewährt. Der Verlag gewährt dem Kunden jedoch einen Nachlass von 2 %, sofern dieser vor Rechnungsstellung unter Angabe von IBAN und BIC einem Einzug im SEPA-Basis-Lastschrift-Verfahren zustimmt. Diese Regelung gilt jedoch nicht für private Kleinanzeigen bis zu einer Höhe von 2/90 mm.

Bei Zahlungsverzug des Kunden kann der Verlag die Veröffentlichung weiterer Anzeigen ablehnen, auch soweit hierüber ein Vertrag bereits zustande gekommen ist.

## 11. Verteilung von Prospekten

Hat der Verlag die Verteilung von Prospekten übernommen, so erfolgt die Verteilung an alle Haushalte im Ortsgebiet, die über einen vom öffentlichen Raum aus zugänglichen Briefkasten verfügen. Dasselbe gilt für Betriebe und Behördenstellen. Dabei ist „Ortsgebiet“ das geschlossene bebaute Gebiet einer Gemeinde. Zum Ortsgebiet gehören insbesondere nicht Haushalte im Außenbereich.

## 12. Streuverluste

Streuverluste bei der Verbreitung des Werbeträgers lassen sich nie ausschließen. Bis zu 3 % stellen Streuverluste in der Regel keinen Mangel der geschuldeten Leistung dar.

## 13. Mängelrüge und Haftung

Beanstandungen wegen offensichtlicher Mängel müssen innerhalb von 2 Wochen nach Veröffentlichung schriftlich vorgebracht werden. Spätere Reklamationen sind ausgeschlossen.

Eine Nacherfüllung erfolgt, soweit der Zweck der Anzeige dies zulässt und soweit dies dem Kunden zumutbar ist, durch mangelfreie Veröffentlichung der Anzeige.

Die Haftung des Verlags beschränkt sich auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Das gilt nicht bei Personenschäden, ferner nicht für solche Schäden, die aus der Verletzung von Rechten resultieren, die dem Kunden nach Inhalt und Zweck des Vertrages gerade zu gewähren sind oder deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertraut und vertrauen darf (Kardinalpflichten).

## 14. Anderweitige Nutzung

Durch den Verlag gesetzte Anzeigen oder vom Verlag zur Verfügung gestellte Zeichnungen oder Lichtbilder dürfen vom Kunden ohne Genehmigung des Verlages anderweitig nicht, insbesondere nicht in anderen Medien, veröffentlicht oder an andere Nutzer weitergegeben werden, auch nicht auszugsweise.

## 15. Zusätzliche Veröffentlichung im Internet

Der Verlag veröffentlicht zahlreiche periodische Druckwerke zusätzlich im Internet. Diese zusätzliche Verbreitung der Anzeige erfolgt für den Kunden ggf. ohne Mehrkosten.

## 16. Stornierung und Stornierungsfolgen

Storniert der Kunde einen Anzeigenauftrag vor Anzeigenschluss, hat er 50 % des Entgelts zu bezahlen, das bei einer Veröffentlichung angefallen wäre. Eine Stornierung von Anzeigen mit verbindlicher Platzierung ist jedoch nicht möglich (vergleiche Ziffer 4), ebenso wenig eine Stornierung nach Anzeigenschluss. Die Stornierung hat in jedem Fall in Textform zu erfolgen (schriftlich oder per E-Mail).

## 17. Gerichtsstand

Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Dies gilt nicht, wenn der Kunde Verbraucher ist. In diesem Fall gilt die gesetzliche Regelung.