

MEDIADATEN 2018

PREISLISTE NR. 72 · GÜLTIG AB 1. JANUAR 2018

SÜDWEST PRESSE

Schwäbische Donau Zeitung
Neu-Ulm (13a)

REGIO SMART

ZMG



Pflichtblatt der
Wertpapierbörse
Stuttgart



Verlag

Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG T 0731 156-0 · F 0731 156-560
 89070 Ulm, Frauenstraße 77, 89073 Ulm E-Mail: anzeigen@swp.de · südwestpresse.de

Direktkontakt

Telefon **Fax**

Anzeigenleiter national

Stefan Schaumburg 0731 156-688 0731 156-560
 s.schaumburg@swp.de

Anzeigenleiter regional

Marcel Kimmling 0731 156-698 0731 156-560
 m.kimmling@swp.de

Verkauf National

verkauf-national@swp.de 0731 156-442/-264 0731 156-854

Direktkunden

anzeigen@swp.de 0731 156-210 0731 156-540

Stellenanzeigen

stellenanzeigen@swp.de 0731 156-579 0731 156-540

Prospektbeilagen

prospektbeilagen@swp.de 0731 156-112 0731 156-540

Familienanzeigen

servicecenter@swp.de 0731 156-265 0731 156-366

Online

online-sales@swp.de 0731 156-650 0731 156-659

Bankverbindungen

IBAN

BIC

HypoVereinsbank Ulm	DE35630200860025885554	HYVEDEMM461
Volksbank Ulm-Biberach	DE80630901000002364000	ULMVDE66

Zahlungsbedingungen

Zahlbar sofort nach Rechnungserhalt netto.

Schlusstermine für Aufträge und Druckunterlagen

für Montag	Freitag,	16 Uhr
für Dienstag bis Freitag	Vortag,	10 Uhr
für Samstag	Donnerstag,	17 Uhr

Anzeigenauftrag

Mit den Druckunterlagen muss eine schriftliche Auftragserteilung mit allen für die Abwicklung erforderlichen Angaben erfolgen.

Rücktrittstermine

wie Schlusstermine

Erscheinungsweise

werktags, morgens

Format

Rheinisches Format

Berechnungsformel

Spaltenanzahl x Höhe (mm) x mm-Preis = Anzeigenpreis zzgl. gesetzlicher MwSt.
 1 Zeile = 3 mm, in eine Zeile (einspaltig, 44 mm breit) passen ca. 28 Anschläge in der Grundschrift Helvetica, Größe 8 Punkt.

Rabatte Mengentafel

1.000 mm	3 %	40.000 mm	21 %
3.000 mm	5 %	60.000 mm	22 %
5.000 mm	10 %	80.000 mm	23 %
10.000 mm	15 %	100.000 mm	24 %
20.000 mm	20 %	120.000 mm	25 %

Chiffregebühr

Bei Abholung oder Postzusendung 9,00 € zzgl. MwSt.
 Die Chiffregebühr wird als Verwaltungspauschale auch erhoben, wenn keine Offerten eingehen.

Geschäftsbedingungen

Aufträge werden zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften und zu den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt.

Neu-Ulm (13a)

ZIS-Nr.	101924
verkaufte Auflage	11.482
verbreitete Auflage	11.783
davon epaper	512
Druckauflage	12.493

Quelle: IVW I/2017



Technische Grunddaten

Satzspiegel	320 x 485 mm						
Spaltenbreiten	1sp.	2sp.	3sp.	4sp.	5sp.	6sp.	7sp.
Anzeigenteil in mm:	44,43	90,36	136,29	182,22	228,15	274,08	320,01
Textteil in mm:	49,20	103,40	157,60	211,80	266,00	320,01	

Panorama-Anzeigen Satzspiegel 670 x 485 mm
Druck Druckverfahren: Offset gemäß DIN ISO 12647-3
 Druckform: Computer to Plate (CTP)

Grundschrift Anzeigenteil: Helvetica 8 Punkt = ca. 3 mm
Sonderfarben werden grundsätzlich aus dem 4c-Farbmodus aufgebaut (z.B. HKS).
 Verarbeitet werden Composite-Daten mit korrekter Farbseparation.
 Duplex-Abbildungen im 4c-Farbmodus anlegen. Nach Möglichkeit keine RGB- oder LAB-Daten. Bei gewandelten Daten von RGB/LAB zu CMYK besteht kein Reklamationsrecht.

Schriften Sämtliche Schriften müssen mitgeliefert werden oder im EPS/PDF inkludiert sein. Schriften, die in Zeichenwege umgewandelt sind, können im Onlineportal nicht anhand des Anzeigentextes recherchiert werden. Für Schriften und Vektorpfade, die zu Bildformaten (JPG, TIFF o.ä.) konvertiert sind, kann keine gute Wiedergabe gewährleistet werden. Dies betrifft alle Ausgaben der digitalen e-Zeitung (Webauflösung).

Technische Angaben

Rasterweite	bis 48 L/cm
Rasterform	rund, quadratisch oder elliptisch
Tonwertumfang	lichter Ton 3% bei technischem Rasterton, zeichnende Tiefe 90%
Tonwertzunahme	26% gemessen im 50%-igen Rasterfeld
Strichbreite	positiv 0,10 mm, negativ mindestens 0,15 mm
Druckunterlagen	digital

I ANZEIGENPREISE

Grund- und Ortspreise ¹

Grundpreise sind für Werbeagenturen und Firmen die nicht im Verbreitungsgebiet der SÜDWEST PRESSE (Gesamtausgabe) ansässig sind. Ortspreise sind für Firmen die im Verbreitungsgebiet der SÜDWEST PRESSE (Gesamtausgabe) ansässig sind.

Alle Preise in Euro	Grundpreise 13a Neu-Ulm Südwest Presse Neu-Ulm	Ortspreise 13a Neu-Ulm Südwest Presse Neu-Ulm
<u>Platzierungen im Anzeigenteil</u>		
s/w-mm-Preis Preis 1/1 Seite	1,71 5.805,45	1,45 4.922,75
Farb -mm-Preis Preis 1/1 Seite	2,48 8.419,60	2,10 7.129,50
<u>Platzierungen im redaktionellen Teil</u>		
Textteilanzeigen		
s/w-mm-Preis	6,84	5,80
Farb -mm-Preis	9,92	8,40
Anzeigen im redaktionellen Teil *		
Farb -mm-Preis	2,97	2,52

* Beachten Sie bitte die Mindestgrößen und den Platzierungszuschlag für Anzeigen-Sonderformate.

Kleinstmöglichste lokale Belegungseinheit für Stellenangebote ist die Lokalausgabe 12 (Ulm, Neu-Ulm, Ehingen, Münsingen) s. Tarif Nr. 72

¹ Nur für Wahlanzeigen und bundeslandbezogene Anzeigen.

Für andere Rubriken ist die Lokalausgabe 13 (Ulm, Neu-Ulm, Ehingen) s. Mediadaten Nr. 72 gültig.

Alle Preise zzgl. MwSt.

Direktkontakt

prospektbeilagen@swp.de

T 0731 156-112

F 0731 156-540

Rücktrittstermin

14 Tage vor Erscheinen (bei Unterschreitung dieser Frist fällt ein Ausfall-Honorar in Höhe von 50% auf der Basis der niedrigsten Gewichtsstufe an).

Höchstformat

250 x 325 mm; Größere Formate können verwendet werden, wenn sie auf das Höchstformat gefalzt werden.

Mindestformat

105 x 170 mm

Höchstgewicht

60 g (höhere Gewichte auf Anfrage)

Mindestgewicht

8 g (niedrigere Gewichte auf Anfrage)

Postgebühren

nein

Beilegetermine

Montag bis Samstag

Anlieferungstermin und -zeiten

vier Werktage vor Erscheinen (frei Haus)

Montag bis Freitag von 7.00 bis 17.00 Uhr

Lieferadresse

Druckhaus Ulm-Oberschwaben GmbH & Co. KG,
Siemensstraße 10, 89079 Ulm-Donautal

Wir kleben Sie auf unsere Titelseite

**HÖCHSTE
AUFMERKSAMKEIT
AUF DER
TITELSEITE!**



DIE VORTEILE

Durch eine auffällige Farbgebung hebt sich MemoStick® vom redaktionellen Umfeld ab. Überdurchschnittlich hohe Rücklaufquoten erreichen Sie bei den Lesern mit Aufruf zu einer Interaktion.

Zum Beispiel:

Gutscheine, Rabattaktionen, Neueröffnungen, Abverkäufe, Spiele, Verlosungen

- ✓ Herstellung
- ✓ Verteilung

Preis per 1.000 Stück

Grundpreis

Ortspreis

Standard	151,76	129,00
----------	--------	--------

Mindestbestellmenge: 12.500 Expl., Preise nicht rabattfähig.
Preise zzgl. MwSt.

Grundpreise für Werbeagenturen und Firmen, die nicht im Verbreitungsgebiet der SÜDWEST PRESSE ansässig sind.
Ortspreise für Firmen im Verbreitungsgebiet der SÜDWEST PRESSE.

Grund- und Ortspreise

Grundpreise sind für Werbeagenturen und Firmen die nicht im Verbreitungsgebiet der SÜDWEST PRESSE (Gesamtausgabe) ansässig sind. Ortspreise sind für Firmen die im Verbreitungsgebiet der SÜDWEST PRESSE (Gesamtausgabe) ansässig sind. Sowohl auf die angegebenen Grund- als auch die Ortspreise wird ein Mindestlohn-Aufschlag i.H.v. 7,06 € (Grundpreis) bzw. 6,00 € (Ortspreis) je Tausend Exemplare berechnet.

SÜDWEST PRESSE Ulm

Alle Preise in Euro	bis 20 g	bis 25 g	bis 30 g	bis 35 g	bis 40 g	bis 45 g	je weitere angefangene 5 g
Grundpreis pro ‰	104,71	108,24	111,77	115,30	118,83	122,36	3,53
Ortspreis pro ‰	89,00	92,00	95,00	98,00	101,00	104,00	3,00

Abdeckblatt – DIE WOCHE

Alle Preise in Euro	bis 20 g	bis 25 g	bis 30 g	bis 35 g	bis 40 g	bis 45 g	je weitere angefangene 5 g
Grundpreis pro ‰	69,41	72,94	76,47	80,00	83,53	87,06	3,53
Ortspreis pro ‰	59,00	62,00	65,00	68,00	71,00	74,00	3,00

Route	Gebiet	Mo-Fr	Samstag	DIE WOCHE
	Gesamtbelegung: Ulm, Neu-Ulm, Ehingen, Illertal Bote	55.610	60.160	132.575

Alle angegebenen Preise sind für Fremdbeilagen, die die technischen Beschaffenheiten erfüllen (s. dazu Seiten 7 + 8). Andere Prospekte nach vorheriger Absprache.

Mit der Prospektverteilung in der Tageszeitung SÜDWEST PRESSE und in DIE WOCHE erreichen Sie alle Haushalte im gewünschten Verteilgebiet (bis auf ein paar wenige Werbeverweigerer). Nur in Kombination mit der SÜDWEST PRESSE buchbar.

Teilbelegungen auf Anfrage. Gerne erstellen wir Ihnen ein Angebot für Ihr individuelles Wunschgebiet. Tel. 0731 156-112, prospektbeilagen@swp.de

Mindestzahl der beizulegenden Exemplare: 1.000

Geringere Beilagenmengen werden zum Mindestpreis berechnet (1.000 Exemplare der entsprechenden Gewichtsstufe).

Digitale Beilage online

Erweitern Sie Ihre Reichweite und Ihren Nutzerkreis!

Ihre Beilage auf suedwestpresse.de

- › Schaltung am Erscheinungstag
+ an drei weiteren Tagen
- › Ankündigungsfläche auf der Startseite
- › mindestens vier Seiten Umfang
- › Pauschalpreis 365,- € zzgl. MwSt.



Prospektanzeigenstrecken

Prospektanzeigenstrecken (Zeitungsformat) sind ab vier Seiten möglich. Sie werden in Zeitungs-Papierqualität vorproduziert und der aktuellen Ausgabe als Zeitungsbestandteil zugeführt. Preis wird nach individuellen Anforderungen kalkuliert. Sie zählen nicht zum Prospektbeilagenumsatz.

Weitere Informationen

erhalten Sie unter T 0731 156-112, F 0731 156-540
oder E-Mail: prospektbeilagen@swp.de.

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Verteilgebiet.

Angaben zum Produkt

1. Format

- › Mindestformat 105 x 170 mm
- › Maximalformat
Rheinisches Format Höhe 250 mm, Breite 325 mm
Berliner Format Höhe 230 mm, Breite 310 mm

2. Einzelblätter

- › Einzelblätter im Format 105 x 170 mm dürfen ein Papiergewicht von 170 g/m² nicht unterschreiten.
- › Einzelblätter mit Formaten größer als 105 x 170 mm bis DIN A 4 müssen ein Flächengewicht von mindestens 120 g/m² aufweisen.
- › Größere Formate mit einem Papiergewicht von mindestens 60 g/m² sind auf eine Größe im Bereich DIN A4 (210 x 297 mm) zu falzen.

3. Mehrseitige Beilagen

Beilagen im jeweils möglichen Maximalformat (z.B. auf Zeitungspapier) müssen einen Mindestumfang von 8 Seiten haben. Bei geringerem Umfang (4 und 6 Seiten) ist ein Papiergewicht von mindestens 120 g/m² erforderlich oder diese Beilagen sind nochmals zu falzen.

4. Gewichte

Das Gewicht einer Beilage soll 60 g/Exemplar nicht überschreiten und 8 g nicht unterschreiten. Liegt es darüber bzw. darunter, ist eine Rückfrage beim jeweiligen Zeitungsverlag erforderlich.

Richtlinien zur Verarbeitung

5. Falzarten

- › Gefalzte Beilagen müssen im Kreuzbruch, Wickel oder Mittenfalz verarbeitet sein. Leporello (Z) und Altarfalz können schwerwiegende Probleme verursachen und sind deshalb nicht zu verarbeiten.
- › Mehrseitige Beilagen mit Formaten größer als DIN A5 (148 x 210 mm) müssen den Falz an der langen Seite aufweisen.

6. Beschnitt

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

7. Angeklebte Produkte (z.B. Postkarten)

- › Postkarten sind in der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage angeklebt werden.
- › Bei allen Beilagen mit außen angeklebten Produkten ist eine Abstimmung mit dem Verlag notwendig.
- › Die maschinelle Verarbeitung von Beilagen wie Sonderformaten, Warenmustern oder -proben ist ohne vorherige technische Prüfung durch den jeweiligen Verlag nicht möglich.

8. Draht-Rückenheftung

- › Die Draht-Rückenheftung sollte möglichst vermieden werden. Bei Verwendung muss die Drahtstärke der Rückenstärke der Beilage angemessen und darf keinesfalls stärker als diese sein. Die Klammerung muss ordentlich ausgeführt sein.
- › Dünne Beilagen sollen grundsätzlich mit Rücken- oder Falzleimung hergestellt werden.

Richtlinien für Verpackung und Transport

9. Anlieferungszustand

- › Die angelieferten Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine zusätzliche, manuelle Aufbereitung notwendig wird.
- › Durch zu frische Druckfarbe zusammengeklebte, stark elektrostatisch aufgeladene oder feucht gewordene Beilagen können nicht verarbeitet werden.
- › Beilagen mit umgeknickten Ecken (Eselsohren) bzw. Kanten, Quetschfalten oder mit verlagertem (rundem) Rücken sind ebenfalls nicht verarbeitbar.

10. Lagen

Die unverschränkten, kantengeraden Lagen sollen eine Höhe von 80-100 mm aufweisen, damit sie von Hand greifbar sind. Eine Vorsortierung wegen zu dünner Lagen darf nicht notwendig sein. Das Verschnüren oder Verpacken einzelner Lagen ist nicht erwünscht und auch nicht zweckmäßig.

11. Palettierung

- › Die Beilagen müssen sauber auf stabilen Mehrweg-Paletten gestapelt sein. Beilagen sollen gegen eventuelle Transportschäden (mechanische Beanspruchung) und ggf. gegen Eindringen von Feuchtigkeit geschützt sein. Um ein Aufsaugen von Feuchtigkeit zu vermeiden und die Lagen vor Schmutz zu schützen, ist der Palettenboden mit einem stabilen Karton abzudecken.

Das Durchbiegen der Lagen kann ggf. durch stabilen Karton zwischen den Lagen vermieden werden. Der Stapel erhält gleichzeitig mehr Festigkeit. Wird der Palettenstapel

umreift oder schutzverpackt, ist darauf zu achten, dass die Kanten der Beilagen nicht beschädigt oder umgebogen werden

- › Jede Palette muss analog zum Lieferschein deutlich und sichtbar mit einer Palettenkarte mit Inhalts- und Mengenangabe gekennzeichnet sein.

Hinweise zum Materialeinsatz

12. Packmitteleinsatz

Die Verpackung ist auf das notwendige, zweckdienliche Minimum zu beschränken.

13. Einsatz von recyclingfähigem Verpackungsmaterial

Paletten und Deckelbretter sind im Mehrwegverfahren zu nutzen. Palettenbänder sollen aus Stahl sein. Kunststoffmaterialien müssen aus PE sein. Die Kartonagen müssen recyclingfähig sein. Als Verpackungsmaterial darf kein Verbundmaterial eingesetzt werden.

Richtlinien zur Abwicklung

14. Begleitpapiere (Lieferscheine)

Die Lieferung von Beilagen muss grundsätzlich mit einem korrekten Lieferschein begleitet sein, der folgende Angaben enthalten sollte:

- › Zu belegendes Objekt und zu belegendes Ausgaben
- › Einsteck- bzw. Erscheinungstermin
- › Auftraggeber der Beilage
- › Beilagentitel oder Artikelnummer bzw. Motiv
- › Auslieferungstermin des Beilagenherstellers
- › Absender und Empfänger
- › Anzahl der Paletten
- › Gesamtstückzahl der gelieferten Beilagen

Ferner sind erforderlich:

- › Textgleichheit des Lieferscheines zur Palettenkarte
- › Raum für Vermerke

**Diese Richtlinien wurden den Empfehlungen für die Beschaffenheit von Fremdbeilagen in Tageszeitungen, herausgegeben vom Bundesverband Druck e.V., entnommen. Die Punkte 1 und 3 enthalten eine verlagsbezogene Ergänzung.*

I SONDERTHEMEN

Gezielt planen – gezielt werben

Mit der Zeitung als wichtigste Informationsquelle für die Menschen in der Region erreichen Sie Ihre Zielgruppen gezielt und effizient. Unsere Sonderthemen bieten deshalb eine wirkungsvolle Ergänzung im Produktportfolio der SÜDWEST PRESSE. Hier finden Sie maßgeschneiderte redaktionelle Umfelder für Ihre Anzeige, um Ihr Unternehmen, Ihre Produkte oder Dienstleistungen unseren Lesern bestmöglich zu präsentieren.

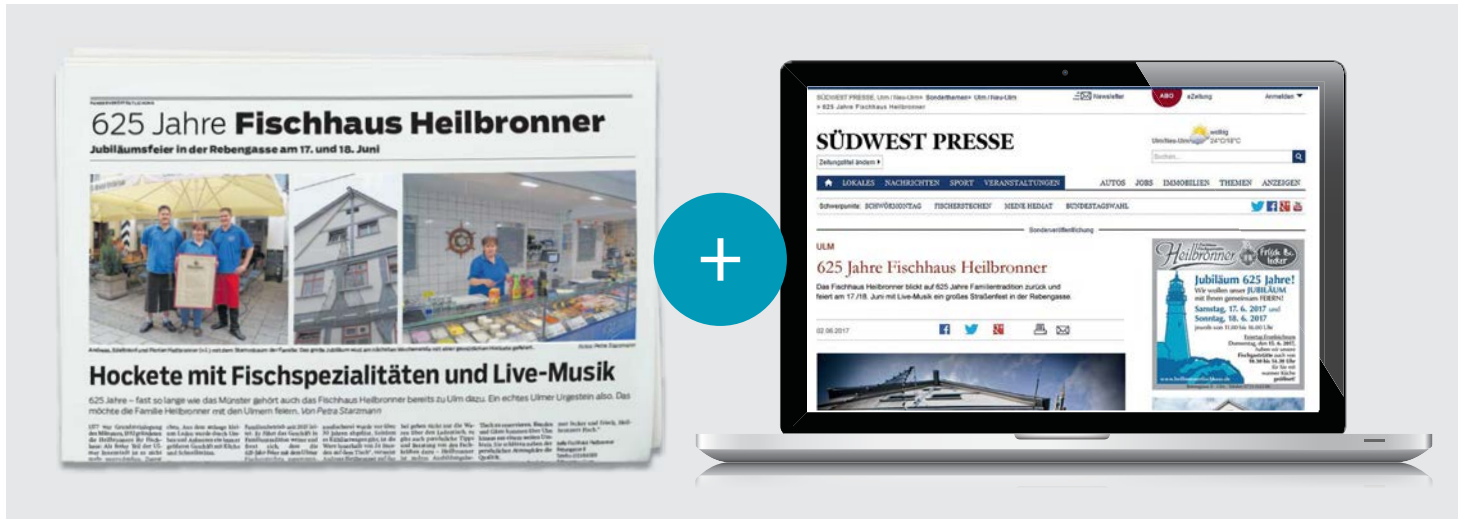
Unsere Themengebiete umfassen die Bereiche

- › Auto & Mobilität
- › Bauen & Wohnen
- › Beruf & Bildung, Schule
- › Familie & Gesundheit
- › Gastronomie, Essen & Trinken
- › Handel & Dienstleistungen
- › Kunst & Kultur
- › Messen & Veranstaltungen
- › Reise, Sport & Freizeit
- › Service & Co.
- › Wirtschaft & Finanzen

Interessiert? Bitte fordern Sie unseren Sonderthemenplan 2017 unverbindlich an unter T 0731 156-515 oder senden Sie eine Mail an sonderthemen@swp.de.



Firmensonderveröffentlichung Print und Online



Mehr Zeitung

Eine Firmensonderveröffentlichung begleitet Ihren besonderen Anlass – egal ob Jubiläum, Um- oder Neubau, neue Produkte und vieles mehr. Im qualitativ hochwertigen redaktionellen Umfeld der SÜDWEST PRESSE und dem ulmer wochenblatt erzielen Sie mit Ihrer Kommunikation beste Ergebnisse in Ihrem lokalen und regionalen Markt.

Mehr Wirkung

Steigern Sie mit südwestpresse.de – dem führenden Nachrichtenportal in der Region – zusätzlich Ihre Reichweite bei den lokalen Internetnutzern. Es geht ganz einfach: Sie benötigen keine gesonderten Werbemittel, wir übernehmen Text und Bilder der gedruckten Sonderveröffentlichung für die zusätzliche Präsentation auf unserem Portal.

Gerne präsentieren wir Ihnen verschiedene Layoutbeispiele, ein Anruf genügt T 0731 156-515 oder senden Sie eine E-Mail an sonderthemen@swp.de.

I DRUCKPRODUKTE

Wir drucken Ihren Prospekt

Drucken und verteilen – alles aus einer Hand

- › DIN A4
- › Im Zeitungsformat oder
- › XXL-Altarfalz

- › Ein Ansprechpartner
- › Sonderwerbeformen
- › Hochglanz- oder Zeitungspapier
- › Attraktive Angebote

Beratung und Verkauf bei Ihrem persönlichen Mediaberater oder unter:
T 0731 156-112
E-Mail: prospektbeilagen@swp.de



AGBs

1. Begriffe

- 1.1. „Auftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen und/oder ein Vertrag über die Beilegung einer oder mehrerer Beilage/n eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (im Folgenden der „Auftraggeber“) in einer Druckschrift eines Unternehmens der Unternehmensgruppe Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG zum Zweck der Verbreitung.
- 1.2. Unternehmen der Unternehmensgruppe Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG sind:
 - Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG, Frauenstraße 77, 89073 Ulm;
 - SÜDWEST PRESSE Hohenlohe GmbH & Co. KG, Verlagsbetrieb Haller Tagblatt, Haalstraße 5+7, 74523 Schwäbisch Hall;
 - SÜDWEST PRESSE Hohenlohe GmbH & Co. KG, Verlagsbetrieb Rundschau, Grabenstraße 14, 74405 Gaildorf;
 - SÜDWEST PRESSE Hohenlohe GmbH & Co. KG, Verlagsbetrieb Hohenloher Tagblatt, Ludwigstraße 6 – 10, 74564 Crailsheim;
 - NAK Neue Anzeigen- und Kommunalblatt GmbH, Frauenstraße 77, 89073 Ulm;
 - SVH Schwäbisches Verlagshaus GmbH & Co. KG, Frauenstraße 77, 89073 Ulm;
 - SWP Mediaservice GmbH, Römerstraße 19, 72555 Metzingen;
 - Verlag Baader GmbH, Hindenburgstraße 6, 72525 Münsingen;
 - Hohenzollerische Zeitung GmbH & Co. KG, Obertorplatz 19, 72372 Hechingen;Die Unternehmen der Unternehmensgruppe Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG werden im Folgenden als „Verlag“ bezeichnet.
- 1.3. „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen oder mehrerer Beilagen. Die Schaltung der einzelnen Anzeigen und/oder Beilagen kann terminlich fest vereinbart sein oder auf Abruf erfolgen.
- 1.4. „Verbraucher“ ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können (§ 13 BGB).

2. Geltungsbereich

Die nachfolgenden AGB gelten für sämtliche Aufträge und Abschlüsse. Sie sind auch die vertragliche Grundlage für künftige Aufträge und Abschlüsse, auch die einzelnen Abrufe, auch, wenn sie nicht noch einmal ausdrücklich vereinbart werden. AGB des Auftraggebers kommen nicht zur Anwendung, es sei denn, der Verlag hat der Geltung der AGB des Auftraggebers ausdrücklich in Textform zugestimmt. Diese AGB gelten auch dann ausschließlich, wenn dem Verlag AGB des Auftraggebers bekannt sind und der Verlag diesen nicht ausdrücklich widerspricht.

3. Vertragsschluss und Ablehnung von Aufträgen

- 3.1. Der Auftragsauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und der Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme). Buchung und Bestätigung können auch über das OBS Online Booking System erfolgen, sofern dies für die betreffende Druckschrift bzw. die betreffende Ausgabe vorgesehen ist. Informationen zu OBS können unter www.obs-portal.de abgerufen werden.
- 3.2. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Annahme durch den Verlag bindend. Beilagen sind dem Verlag spätestens 14 Tage vor dem Beilegungstermin vorzulegen.
- 3.3. Bei Abschlüssen kommt der Auftragsauftrag mit Abruf der einzelnen Anzeige oder Beilage und der Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform zustande.
- 3.4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- 3.5. Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.
- 3.6. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

- 3.7. Auf Zeitungspapier gedruckte Beilagen müssen mindestens acht Seiten Umfang haben oder bei vier und sechs Seiten gefalzt angeliefert werden. In jedem Fall müssen sie sich erkennbar vom redaktionellen und vom Anzeigenteil der Zeitung unterscheiden. Ansonsten werden die Beilagen nicht angenommen.
- 3.8. Für jede Ausgabe bzw. Ausgabenkombination ist – sofern nicht die Gesamtausgabe belegt wird – ein gesonderter Anzeigenabschluss zu tätigen.

4. Termine

Anzeigen sind im Zweifel vor 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 Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

5. Gestaltung und Platzierung der Anzeigen

- 5.1. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ und gegebenenfalls einer grafischen Abgrenzung vom redaktionellen Teil deutlich kenntlich gemacht.
- 5.2. Probe-/Korrekturabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch per E-Mail als PDF geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probe-/Korrekturabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probe-/Korrekturabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
- 5.3. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
- 5.4. Sollen Anzeigen oder Fremdbeilagen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift des Verlages veröffentlicht werden, bedarf dies einer ausdrücklichen Vereinbarung in Textform. Ansonsten kann der Verlag die Platzierung bestimmen.
- 5.5. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. Ziffernanzeigen

- 6.1. Bei Ziffernanzeigen hat der Auftraggeber die Wahl, ob er die an ihn gerichteten Zuschriften abholt oder ihm diese per Post übersandt werden. Für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote wendet der Verlag die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an.
- 6.2. Wählt der Auftraggeber die Abholung, so werden die Eingänge auf Ziffernanzeigen vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet.
- 6.3. Wählt der Auftraggeber die Zusendung, so trägt er die dadurch anfallenden Kosten. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden wie alle anderen Zuschriften auf Ziffernanzeigen nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen. Der Auftraggeber wird in diesem Fall über den Eingang der Sendung informiert und kann diese binnen vier Wochen abholen; danach wird sie vernichtet.
- 6.4. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen.

7. Anzeigentext und Druckunterlagen

- 7.1. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.
- 7.2. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung in Textform an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

8. Beilagen

- 8.1. Bei Beilagenaufträgen sind ein Konkurrenzausschluss und Alleinbelegung aus wettbewerbsrechtlichen Gründen nicht möglich.
- 8.2. Bei Beilagen mit einer oder mehreren innenliegenden Beilagen ist eine vorherige Prüfung auf maschi-

nelle Durchführbarkeit zwingend notwendig. Je eingelegerter Beilage kann ein Aufschlag in Höhe von 20% erhoben werden.

- 8.3. In Postvertriebsstücke werden Prospektbeilagen nicht beigelegt, sofern nicht ausdrücklich etwas Abweichendes vereinbart wird. Im Falle einer abweichenden Vereinbarung fallen für den Auftraggeber zusätzliche Kosten gemäß der Postgebührenordnung an.
- 8.4. Beilagen müssen spätestens vier Tage vor Beilegung frei Haus an die vom Verlag angegebene Versandanschrift geliefert werden. Bei Terminüberschreitungen ist eine Ausführung des Beilagenauftrages nicht möglich. Die Beilagen müssen in einwandfreiem Zustand angeliefert werden. Bei der Entgegennahme der Lieferung können die Stückzahl und der einwandfreie Zustand der einzelnen Beilagen nicht überprüft werden; diese Prüfung bleibt dem Tag der Beilegung vorbehalten.
- 8.5. Die Anforderungen an die technische Beschaffenheit von Beilagen ergeben sich aus den Mediadaten mit Preisliste in der jeweils gültigen Fassung.

9. Kündigung

- 9.1. Die Kündigung eines Auftrages bedarf der Textform.
- 9.2. Im Falle der Kündigung eines Anzeigenauftrages hat der Verlag Anspruch auf Erstattung der angefallenen Kosten. Erfolgt die Kündigung nach Anzeigenannahmeschluss, so hat der Auftraggeber das Entgelt für die Anzeige zu entrichten.
- 9.3. Beilagenaufträge müssen spätestens 14 Tage vor dem Erscheinungstermin gekündigt werden. Bei verspäteter Kündigung hat der Verlag Anspruch auf eine Ausfallvergütung in Höhe von 50% des Entgeltes, welches bei Durchführung des Auftrages angefallen wäre, berechnet auf der Basis der niedrigsten Gewichtsstufe.

10. Gewährleistung

- 10.1. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
- 10.2. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsbliche Sorgfalt an, haftet aber nicht für Übermittlungsfehler des Auftraggebers. Bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fermündlich veranlassenden Änderungen sowie bei undeutlicher Niederschrift übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Das Gleiche gilt bei Auftragserteilung per Telefax.
- 10.3. 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 Rücktritt vom Vertrag.
- 10.4. Bei Beilagen gilt für Einsteckfehler aus technischen Gründen eine Toleranzgrenze von 2 %.

11. Haftung

- 11.1. Der Verlag haftet auf Schadensersatz für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung des Verlages, eines der gesetzlichen Vertreter des Verlages oder eines seiner Erfüllungsgehilfen beruhen, für sonstige Schäden, die auf einer vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung des Verlages, eines der gesetzlichen Vertreter des Verlages oder eines seiner Erfüllungsgehilfen beruhen, und bei Fehlen zugesicherter Eigenschaften und nach dem Produkthaftungsgesetz, auf Schadensersatzansprüchen Dritter sowie auf sonstige mittelbare und Folgeschäden sind ausgeschlossen.
- 11.2. Bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten), deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Erfüllung der Auftraggeber vertrauen darf, haftet der Verlag für jede Fahrlässigkeit, jedoch nur bis zur Höhe des vertragstypischen und vorhersehbaren Schadens. Die Haftung für Ansprüche auf entgangenen Gewinn, ersparte Aufwendungen, auf Schadensersatzansprüchen Dritter sowie auf sonstige mittelbare und Folgeschäden sind ausgeschlossen.
- 11.3. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche unabhängig von der Art der Pflichtverletzung, einschließlich unauferbarer Handlungen, ausgeschlossen.
- 11.4. Soweit die Schadensersatzhaftung des Verlages ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch im Hinblick auf die persönliche Schadensersatzhaftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlages.
- 11.5. Im Falle höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz, insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht ver-

ferntlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen oder Beilagen geleistet.

12. Preise

- 12.1. Für die Anzeigen und Beilagen gelten die Preise gemäß jeweils aktueller Preisliste. Bei Änderung der Anzeigen- und Beilagenpreise treten die neuen Bedingungen auch für die laufenden Aufträge sofort in Kraft.
- 12.2. Schaltet der Auftraggeber bei Abschlüssen innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4. genannten Frist über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen, so kann er für den Abschluss und die weiteren Anzeigen insgesamt den Rabatt der Mengenstaffel in Anspruch nehmen, in welche gemäß Mediadaten die Gesamtmenge der Anzeigen fällt.
- 12.3. Wird ein Abschluss aus Umständen nicht vollständig erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Menge entsprechenden Rabatt dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
- 12.4. Kosten für die Anfertigung bestellter Filme und Aufsichtsvorlagen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 12.5. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste und auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn sie folgende Auflagenhöhe beträgt:
 - bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 %
 - bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 %
 - bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 %
 - bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 %Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
- 12.6. Abweichend von Ziffer 12.5. berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagen veröffentlichen und weniger als zwei Mal wöchentlich erscheinen, nur dann zu einer Preisermäßigung, wenn und soweit sie bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren 10% und bei einer Auflage von über 500.000 Exemplaren 5% überschreitet (Schwankungsbreite). Die Höhe der Preisermäßigung errechnet sich aus der prozentualen Abweichung von der garantierten Auflage abzüglich der nach vorstehendem Satz berechneten zulässigen Schwankungsbreite. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisermäßigung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisermäßigung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.600,00 € beträgt.
- 12.7. Voraussetzung für die Gewährung eines Konzernrabattes ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50%. Ein Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt. Keine Anwendung erfolgt z. B. beim Zusammenschluss verschiedener selbständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.

12.8. Verbundbeilagen, bei denen mehrere Firmen verschiedener Herstellergruppen bzw. werblich ergänzende Einzelhandelsfirmen beteiligt sind, werden zum gültigen Beilagenpreis zuzüglich eines Aufschlages von 25% je beteiligter Firma berechnet.

12.9. Für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven behält sich der Verlag das Recht vor, Sonderpreise festzulegen.

13. Werbungsmittler und Werbeagenturen

- 13.1. Die Gewährung einer Agenturprovision bleibt den Werbungsmittlern vorbehalten, die unabhängig vom Werbungstreibenden sind.
- 13.2. Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Anzeigen und Beilagen aus dem Ortsgeschäft werden über Werbungsmittler angenommen und zum Grundpreis abgerechnet. Anzeigen zu Ortspreisen (abweichende Preise) werden nicht provisioniert.

14. Zahlung

- 14.1. Soweit nicht Vorauszahlung erfolgt, sich nicht aus der aktuellen Preisliste oder diesen AGB etwas Abweichendes ergibt und nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist, sind die Rechnungen des Verlages sofort nach Rechnungsstellung ohne Abzug zur Zahlung fällig.
- 14.2. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
- 14.3. Hat der Auftraggeber zur Zahlung der Rechnung ein SEPA-Lastschrift-Mandat erteilt, muss die Vorabankündigung (Pre-Notification) im SEPA-Lastschriftverfahren nicht spätestens 14 Tage vor dem Fälligkeitsdatum durch den Verlag (Zahlungsempfänger) versandt werden, sondern spätestens zwei Tage vor Fälligkeit.
- 14.4. Gerät der Auftraggeber in Verzug, so ist der Verlag berechtigt, von dem betreffenden Zeitpunkt ab Zinsen in Höhe von neun Prozentpunkten über dem Basiszinssatz bzw. bei Verbrauchern von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz als pauschalen Schadensersatz zu verlangen. Die Verzugszinsen sind dann niedriger anzusetzen, wenn der Auftraggeber eine geringere Belastung nachweist; das Recht des Verlages, einen nachgewiesenen höheren Schaden geltend zu machen, bleibt durch vorstehende Bestimmungen unberührt.
- 14.5. 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 offenhänder Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 14.6. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch, je nach Art und Umfang des Auftrages, einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
- 14.7. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung, Zurückbehaltung oder Minderung, auch wenn Mängelrügen oder Gegenansprüche geltend gemacht werden, nur berechtigt, wenn die Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt worden oder unbestritten sind.

15. Rechte

- 15.1. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels (Anzeige, Beilage) erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen Urheber-, Persönlichkeits-, Wettbewerbs-, Marken- oder anderer Schutzrechtsverletzungen entstehen können, einschließlich der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu überprüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen nicht rechtzeitig sizierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu. Wird der Verlag zum Abdruck einer Gegendarstellung verpflichtet, trägt der Auftraggeber die dem Verlag entstehenden Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste.
- 15.2. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden örtlich unbegrenzt übertragen und berech-

tigen u.a. zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

- 15.3. Der Auftraggeber wird darauf hingewiesen, dass Texte und Bilder in Online-Medien teilweise im HTML-Format veröffentlicht werden. Ein Zugriff durch Dritte auf Insertionen, die in Online-Medien, derzeit insbesondere in den Online-Rubrikenmärkten, veröffentlicht werden, kann daher nicht rechtssicher ausgeschlossen werden.
- 15.4. Mit der Auftragserteilung zur Veröffentlichung seiner Anzeige in der Zeitung erklärt sich der Inserent auch mit der Verbreitung des Anzeigeninhalts im Internetauftritt des Verlags einverstanden.

16. Außergerichtliche Online-Streitbeilegung und Schlichtung

- 16.1. Außergerichtliche Online-Streitbeilegung (für Verbraucher):
Die Europäische Kommission stellt zur außergerichtlichen Online-Streitbeilegung hier eine Plattform (sog. OS-Plattform) bereit.
- 16.2. Schlichtung:
Der Verlag nimmt an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle nicht teil.

17. Datenschutz

- 17.1. Dem Auftraggeber ist bekannt und er erklärt sich damit einverstanden, dass seine personenbezogenen Daten zur Durchführung des Vertrages ohne weitere Einwilligung mit Hilfe elektronischer Datenverarbeitung erfasst, gespeichert, geändert und/oder gelöscht und erforderlichenfalls, soweit nicht dadurch offenkundig die Interessen des Auftraggebers verletzt werden, an Dritte übermittelt werden. Im Übrigen erfolgt eine Weitergabe der Daten des Auftraggebers an Dritte nicht.
- 17.2. Der Auftraggeber erhält jederzeit ohne Angabe von Gründen kostenfrei Auskunft über die beim Verlag bezüglich seiner Person gespeicherten Daten. Die gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz werden auch im Übrigen eingehalten.

18. Erfüllungsort und Gerichtsstand

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

19. Anwendbares Recht

Verträge zwischen den Parteien und diese AGB unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und des Kollisionsrechts.

20. Widerrufsrecht von Verbrauchern

- 20.1. Wenn Sie den Anzeigenvertrag in Ihrer Eigenschaft als Verbraucher (§ 13 BGB) abschließen, haben Sie folgendes

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen. Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag des Vertragsschlusses.
Um Ihr Widerrufsrechts auszuüben, müssen Sie uns (Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG, Frauenstraße 77, 89073 Ulm, E-Mail: anzeigen@swp.de, Telefax: 0731 156-560) mittels einer eindeutigen Erklärung (z.B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Haben Sie verlangt, dass die Dienstleistungen während der Widerrufsfrist beginnen sollen, so haben Sie uns einen angemessenen Betrag zu zahlen, der dem Anteil der bis zu dem Zeitpunkt, zu dem Sie uns von der Ausübung des Widerrufsrechts hinsichtlich dieses Vertrags unterrichten, bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der im Vertrag vorgesehenen Dienstleistungen entspricht.

20.2. Muster-Widerrufsformular für Verbraucher:

Muster-Widerrufsformular

(Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden Sie es zurück.)

- An Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG

- Frauenstraße 77, 89073 Ulm, E-Mail: anzeigen@swp.de, Telefax: 0731 156-560

- Hiermit widerrufe(n) ich/wir (*) den von mir/uns (*) abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden Waren (*)/die Erbringung der folgenden Dienstleistung (*)

- Bestellt am (*) _____ /erhalten am (*) _____

- Name des/der Verbraucher(s) _____

- Anschrift des/der Verbraucher(s) _____

- Unterschrift des/der Verbraucher(s) _____ (nur bei Mitteilung auf Papier)

- Datum _____

(*) Unzutreffendes streichen.

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien der Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG finden Sie unter www.suedwestpresse.de/agb

Geschäftsstellen

Medienhaus SÜDWEST PRESSE

Frauenstraße 77
89073 Ulm
T 0731 156-0
F 0731 156-560
E-Mail: anzeigen@swp.de
ISDN: 0731 17 58-100

Dienstleistungen

südwestpresse.de

Südwest Presse Online-Dienste GmbH
Frauenstraße 77
89073 Ulm
T 0731 156-650
F 0731 156-659
E-Mail: online-dienste@swp.de

mediaservice ulm

Südwest Presse Media Service GmbH
Frauenstraße 77
89073 Ulm
T 0731 156-606
F 0731 156-307
E-Mail: info@mediaservice-ulm.de
www.mediaservice-ulm.de

Südwest Mail – Ihr Partner für Geschäftspost

Südwest Mail
Brief + Service GmbH
Riedheimer Straße 6
89129 Langenau
T 0731 176 32-110
F 0731 176 32-222