

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

für Anzeigen, Fremdbeilagen, Prospektverteilungen und Schaltung von Online-Werbemitteln auf digitalen Kanälen der VRM und Dritter.

Mit Erteilung des Anzeigenauftrags erkennt der Auftraggeber die Preisliste und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen an. Weichen Auftrag oder die vom Auftraggeber zugrunde gelegten Bedingungen von den Allgemeinen Geschäftsbedingungen ab, so gelten die Bedingungen der VRM Media Sales GmbH (nachstehend Verlag genannt), wenn nicht der Auftraggeber binnen 6 Tagen seit Auftragsbestätigung durch den Verlag schriftlich widerspricht. Vertragspartner: VRM Media Sales GmbH, Geschäftsführer: Michael Emmerich & Melanie von Hehl, Erich-Dombrowski-Straße 2, 55127 Mainz.

„Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in einer Druckschrift und/oder digital in den Informations- und Kommunikationsdiensten des Anbieters zum Zweck der Verbreitung sowie anderen vom Verlag vermarkteten Medien wie zum Beispiel META, YouTube, Google, Audiotainment Südwest Media GmbH, Jobware.de und Stellenanzeigen.de. Digitale Kanäle des Anbieters sind Online-Nachrichtenportale (u. a. allgemeine-zeitung.de, wiesbadenerkurier.de, mittelhessen.de, echo-online.de, RLPToday.de, HessenToday.de, Sensor-magazin.de, Sensor-wiesbaden.de, p-stadtkultur.de), Special Interest Portale (vrm-trauer.de, vrm-immo.de, vrm-jobs.de, fupa.net) sowie die zum Verlag gehörenden Apps, E-Paper, Podcasts, Newsletter, Social Media Seiten und Whatsapp Kanäle. Werbemittel im digitalen Bereich sind u.a. Banner (Bild, Text, aus Tonfolgen und / oder Bewegtbildern), Stellen- oder Immobilien-Anzeigen, Advertorials, Social Media Postings und Multimedia Content.

Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Werbemittel durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme). Buchung und Bestätigung können auch über die Online-Portale vrm-anna.de, vrm-jobs.de und vrm-immo.de erfolgen.

Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder online aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Vertrag kommt erst durch die Auftragsbestätigung des Verlags zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarung zwischen Verlag und Auftraggeber schriftlich oder per E-Mail erfolgt. Bei telefonischer Beauftragung wird eine Auftragsbestätigung nur auf ausdrücklichen Wunsch hin erteilt. Hinweis: Das Widerrufsrecht besteht nicht, da die vorliegenden Leistungen auf einer individuellen Auswahl sowie auf die persönlichen Bedürfnisse des Auftraggebers zugeschnittene Leistungen darstellen. Abbestellungen müssen schriftlich erfolgen.

Anzeigen

1. Für Anzeigen, die der Verlag für den Auftraggeber gestaltet, wird eine Gestaltungspauschale von 53,00 € (Ortspreis) bzw. 62,35 € (Grundpreis) netto zzgl. MwSt. berechnet. Beauftragt der Auftraggeber den Verlag schon vor Zustandekommen des Anzeigenauftrags mit der Gestaltung eines Werbemittels und erbringt der Verlag diese, so wird die dafür anfallende Gestaltungspauschale auch dann fällig, wenn der Anzeigenauftrag nicht zustande kommt oder storniert wird. Geschäftsanzeigen der Wochenblätter werden für 45,00 € (Ortspreis) bzw. 52,94 € (Grundpreis) zzgl. MwSt. auf vrm-wochenblaetter.de für 30 Tage veröffentlicht. Der Betrag fällt ebenfalls an, wenn die Anzeige kurz vor Erscheinen storniert wird. Für großvolumige Anzeigen u. ä. können die Gestaltungskosten höher ausfallen.
2. Aufträge für Print – also Anzeigen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen – müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss

mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

3. 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“ deutlich kenntlich gemacht.
4. Printanzeigen in den Tageszeitungen werden automatisch crossmedial veröffentlicht (Print- und E-Paper-Ausgabe der gebuchten Belegungseinheit). Anzeigen aus den Rubrikenmärkten werden zusätzlich auf dem begleitenden Rubrikenportal veröffentlicht. Private Traueranzeigen werden zudem als Video dargestellt.
5. Blattbestimmende und weitere Geschäftsanzeigen in folgenden Rubriken (Geschäfts-, Textteil-, Titelseiten-, Glosse-, Rätsel- und Horoskop-Anzeigen sowie Markenartikel, Sport und DL) werden in der E-Paper-Ausgabe automatisch auf eine vom Kunden anzugebende Website verlinkt (= Verlinkung). Der Auftraggeber hat das gewünschte Verlinkungsziel seines Anzeigenmotivs (=Weblink) schriftlich vor Anzeigenschluss an den Verlag zu übermitteln. Übermittelt er den Weblink fehlerhaft, zu spät oder nicht oder storniert er die Anzeige nach Anzeigenschluss, so wird die dafür anfallende Verlinkungs-Pauschale dennoch fällig. Pro Anzeige und Erscheinungstermin werden 40,00 € (Ortspreis) bzw. 47,10 € (Grundpreis) berechnet.
6. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Auftraggeber haftet dafür, dass der Inhalt seiner Anzeige/Werbemittel nicht gegen gesetzliche Bestimmungen oder sonstige Verordnungen verstößt. 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 diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er sistiert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Erscheinen sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
7. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder 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. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. 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 dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
8. 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 A 4 überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung können dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt. Bei Chiffreanzeigen wahrt der Verlag grundsätzlich das Chiffregeheimnis, es sei denn, dass dazu befugte Behörden Auskunft verlangen. Schadensersatzansprüche wegen Verlustes oder verzögerter Übersendung von Zuschriften auf Ziffernanzeigen sind ausgeschlossen. Zuschriften auf Chiffreanzeigen, die später als 6 Wochen nach Erscheinen der Anzeige eintreffen, werden nicht mehr weitergegeben.

9. Ein Abschluss ist ein schriftlicher Vertrag über die Schaltung mehrerer Printanzeigen unter Beachtung der vom Verlag angebotenen Rabattstaffeln. Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb des vereinbarten Zeitraumes abzuwickeln. Bei Errechnung der Abnahmemenge zur Abschlusserfüllung werden Textteil-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet. Bei Kombinationsbelegungen gilt nur eine Abnahme. Stark rabattierte Printanzeigen können vom Abschlussrabatt ausgeschlossen werden. Rabattdifferenzen, die aus Mehr- oder Minderabnahmen, ausgehend von der vereinbarten Abnahmemenge entstehen, werden am Ende des Abschlussjahres durch entsprechende Gutschriften bzw. Belastungen ausgeglichen. Bei Nichtzahlung von einer oder mehreren Anzeigenrechnungen kann diese Rabattvereinbarung nach erfolgloser Mahnung außerordentlich und fristlos gekündigt werden. Mit der Kündigung können Rabattdifferenzen sofort geltend gemacht werden. 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 dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

Jahresüberschreitende Buchungen werden gemäß der zum Schaltertermin gültigen Preisliste abgerechnet.

Preise von Sonderveröffentlichungen und -produkten können von der regulären Preisliste abweichen.

Digitale Werbemittel und Online-Anzeigen

1. Für Onlinewerbemittel, die der Verlag für den Auftraggeber gestaltet, wird, je nach Aufwand, eine Gestaltungspauschale von 53,00 € / 78,00 € / 148,00 € (Ortspreis) bzw. 62,35 € / 91,76 € / 174,12 € (Grundpreis) netto zzgl. MwSt. berechnet. Wickelt der Verlag für den Auftraggeber Werbebudgetbuchungen bei Dritten wie z.B. META, Google oder YouTube ab, wird eine Servicepauschale in Höhe von 25% des gebuchten Fremd-Werbebudgets fällig. Weitere, fällig werdende Pauschalen werden im Rahmen des Angebots kommuniziert.
2. Das Mindestauftragsvolumen bei digitalen Anzeigenaufträgen beträgt 175,00 €.
3. Schließt der Werbekunde mit dem Verlag eine Jahresvereinbarung über die Abnahme von digitalen Werbeleistungen in bestimmter Höhe zu vergünstigten Konditionen, so sind die Werbeleistungen innerhalb des vertraglich vereinbarten Zeitfensters abzunehmen. Nimmt der Kunde – ohne, dass es im Verschulden des Verlages liegt - die Leistungen im vereinbarten Zeitfenster nicht vollständig ab, so wird die vertraglich vereinbarte Summe dennoch zur Zahlung fällig. Nicht abgenommene Werbeleistungen verfallen mit Ende der vereinbarten Zeitfensters.
4. Das vom Auftraggeber zur Schaltung bzw. Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Online-Werbung wird für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der

vertraglich vereinbarten Ad Impressions (Aufrufe der Werbung) oder der vertraglich vereinbarten Ad Clicks (Anklicken der veröffentlichten Werbemaßnahmen) auf dem vertraglich festgelegten Veröffentlichungsort (z.B. Web-Seite, Newsletter, Podcast, Social Media Kanal oder E-Paper-Ausgabe des Anbieters) platziert oder, soweit vertraglich vereinbart, im vereinbarten Budgetumfang bei Drittportalen gebucht. Für den Fall, dass die vertraglich vereinbarten Ad Impressions oder Ad Clicks schon vor Ablauf einer ggf. vereinbarten Laufzeit erreicht werden, ist von den Parteien im Hinblick auf eine etwaige Erhöhung der vereinbarten Grund-Vergütung oder eine vorzeitige Beendigung der Laufzeit eine einzelvertragliche Regelung zu treffen. Der Auftraggeber hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Online-Werbung an einer bestimmten Position der jeweiligen Web-Seite sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Web-Seite. Eine Umplatzierung der Online-Werbung innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist individuell zu vereinbaren und nur dann möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher nachteiliger Einfluss auf die Werbewirkung der Online-Werbung ausgeübt wird.

5. Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und Kennzeichnungsrechte und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zum öffentlichen Zugänglichmachen, zur Einstellung in eine Datenbank und Bereithalten zum Abruf, zur Entnahme und Abruf aus einer Datenbank, und zwar zeitlich und inhaltlich im 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.
6. Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des digitalen 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.
7. Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Anbieter entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn beziehungsweise zum vereinbarten Zeitpunkt anzuliefern. Der Auftraggeber trägt die Kosten und die Gefahr der Übermittlung. Er hat die Unterlagen/ Dateien frei von sogenannten Computerviren und/oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die stets dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Bei Vorliegen und Feststellen von Schadensquellen jedweder Art in einer übermittelten Datei wird der Anbieter von dieser Datei keinen Gebrauch machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung erforderlich, löschen, ohne dass der Auftraggeber in diesem Zusammenhang (Schadensersatz-) Ansprüche jedweder Art geltend machen kann. Der Anbieter behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn ihm durch solche durch den Auftraggeber infiltrierte Schadensquellen ein Schaden entstanden ist. Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Verbreitung. Datenträger, Fotos oder sonstige Materialien/Unterlagen des Auftraggebers werden diesem nur auf Verlangen und auf seine Kosten und Gefahr zurückgesandt.

Fremdbeilagen und Prospektverteilung

1. Diese allgemeinen Auftragsbedingungen gelten auch für alle künftigen Geschäfte mit dem Auftraggeber, sofern es sich um Rechtsgeschäfte verwandter Art handelt. Entgegenstehende Auftragsbedingungen des Auftraggebers erkennt der Verlag nur an, wenn er ihrer Geltung schriftlich zugestimmt hat.

2. Alle Preis- und Leistungsangebote für Fremdbeilagen und Prospektverteilung sind stets freibleibend. Ein Verteilauftrag wird erst mit der Auftragsbestätigung wirksam. Änderungen des Auftrages bedürfen der Zustimmung des Verlags und berechtigen ihn, zusätzlichen Aufwand in Rechnung zu stellen. Offensichtliche Irrtümer, Schreib-, Druck- und Rechenfehler, welche dem Verlag bei der Erstellung eines Angebotes oder einer Auftragsbestätigung unterlaufen, sind für ihn nicht verbindlich.
3. Angebote für die Verteilung von Beilagen, Handzetteln, Prospekten, Katalogen, Zeitungen, Warenproben oder ähnlichen Sendungen gelten für jeweils 1.000 Stück. Die Kalkulation beruht auf Angaben des Auftraggebers zu Format und Gewicht des Verteilobjektes sowie Aufgabenstellung, Verteilart und Bepflanzungsstruktur der Verteilgebiete. Bei Veränderungen dieser Voraussetzungen ist ein entsprechend veränderter Preis zu zahlen. Für großvolumige Prospektstrecken u. ä. können Gestaltungs-kosten anfallen.
4. Beilagenaufträge werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage eines Musters angenommen. Prospektbeilagen sind Bestandteil einer crossmedialen Schaltung (Print und Digital). Beilagen in unseren Tageszeitungen werden sowohl in den Printausgaben als auch mit den korrespondierenden E-Paper-Ausgaben veröffentlicht, sofern die digitale Druckunterlage vom Kunden eingereicht wird. Stellt der Kunde dem Verlag keine digitale Unterlage zur Verfügung, wird dennoch der Crossmediapreis berechnet.
5. Die mit dem Hinweis „Druckauflage“ bezeichneten Print-Auflagenzahlen werden bei Tageszeitungen aus der IVW-Druckauflage (Mo.–Fr. und Sa.) 2. Quartal als Referenzquartal zuzüglich eines Zuschlages für die Postauflage sowie in Höhe von 2% für Produktionsbedarf für die Tageszeitungen ermittelt. Die Wochenblätter-Print-Auflagenzahlen werden aus der VRM-Druckauflage 2. Quartal bzw. bei den südhessischen Ausgaben aus der EGRO-Auflage November jeweils zuzüglich eines Zuschlages in Höhe von 3% für Produktionsbedarf ermittelt. Diese Referenz-Print-Auflagenzahlen werden zur Berechnung für den gesamten Zeitraum der Gültigkeit der Preisliste herangezogen. Die vorgenannte Berechnungsgrundlage anhand der IVW-Zahlen gilt gleichermaßen für die E-Paper-Belegung, jedoch ohne Produktionszuschlag. Die Nutzungsstatistik wird bei der Berechnung nicht berücksichtigt.
6. Aufträge für Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
7. Für die rechtzeitige Lieferung der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Auftraggeber haftet dafür, dass der Inhalt seiner Beilagen nicht gegen gesetzliche Bestimmungen oder sonstige Verordnungen verstößt. 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 diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er sisiert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen.
8. Die Verteilobjekte sind in gleichmäßigen Einheiten ordnungsgemäß abzapacken, größere Liefermengen sind auf Paletten anzuliefern und der Lieferung ist ein Lieferschein beizulegen. Paletten müssen sortiert nach Ausgaben gepackt sein und angeliefert werden. Auf jeder Palette muss ein Lieferschein die Teilmenge und die Ausgabe ausweisen. Der Verlag behält sich vor Anlieferungen abzulehnen, wenn diese, u.a. wegen eines fehlenden Lieferscheines, nicht genau zugeordnet werden können. Ggfs. dafür entstehende Kosten gehen zu Lasten des Auftraggebers. Falls nicht anders vereinbart, ist das Verteilgut /sind die Beilagen rechtzeitig bis spätestens 4 Werk-tage vor dem Verteiltermin frei Bordsteinkante an die vereinbarte Lieferanschrift zu liefern.

Der Verlag haftet nicht, wenn die Verteilung aufgrund eines fehlenden Lieferscheins verspätet oder nicht durchgeführt werden kann. Der Verlag und seine Subunternehmer sind nicht verpflichtet, die Anzahl der gelieferten Prospekte zu überprüfen.

9. Wird der Verteilbeginn insgesamt oder an einzelnen Orten durch verzögerte Anlieferung, kurzfristige Auftragsänderung oder andere vom Auftraggeber zu vertretende Gründe verzögert, wird der Verteiltermin neu disponiert. Aufwendungen für Wartezeiten, Personalbereitstellung sowie besondere Transport- und Energiekosten gehen in diesem Falle zu Lasten des Auftraggebers.
10. Wenn nicht ausdrücklich anderes vereinbart, erfolgt die Prospektverteilung ausschließlich an Haushalte durch Einwurf in erreichbare Briefkästen. Es wird pro Briefkasten grundsätzlich nur 1 Exemplar eingeworfen, unabhängig von der Menge der Haushaltsnamen. In Hochhäusern, in denen ein Briefkasteneinwurf nicht erlaubt ist, kann auch eine mit der Hausverwaltung bestimmte Menge an dem dafür vorgesehenen Platz abgelegt werden. Ist ein Haus mit Innenbriefkästen verschlossen und wird auch nach mehrmaligem Klingeln nicht geöffnet, so wird das Haus nicht bedient. Einwurfverbote werden grundsätzlich beachtet (Briefkästen gekennzeichnet durch gut sichtbare Aufkleber). Von der Verteilung ausgenommen sind Gewerbebetriebe, Büros, Geschäfte, Heime, Feriensiedlungen, Aussiedlerhöfe, Kasernen, Krankenhäuser sowie Häuser auf Betriebs- und Werksgeländen und solche, die außerhalb eines zusammenhängenden Wohngebietes liegen. Soweit nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wurde, erfolgt die Verteilung – unabhängig von der Art und Weise der Ermittlung der Anzahl der Haushalte – ausschließlich durch eine Verteilung durch Briefkasteneinwurf, wobei unabhängig von der Anzahl der Klingeln je Briefkasten ein Exemplar eingeworfen wird.
11. Der Verlag haftet nicht für den Werbeerfolg. Der Auftraggeber haftet für Art, Inhalt und Text der Verteilobjekte. Der Verlag ist berechtigt, bei technischen Beanstandungen von Inhalt oder Form die Verteilung insgesamt oder nur teilweise abzulehnen. Die Verteilung von Objekten, die gegen bestehende Gesetze verstoßen, wird nicht durchgeführt.
12. Abhängig von den örtlichen Gegebenheiten wird vom Auftragnehmer eine Belieferung von 85 Prozent der erreichbaren Haushalte angestrebt. Der Verlag ist berechtigt, erforderlichenfalls Subunternehmer einzusetzen.
13. Restmengen aus angelieferten Überdrucken werden bis zu zwei Wochen nach der Verteilung aufbewahrt und anschließend als Makulatur behandelt.
14. Etwaige Reklamationen über nicht vertragsgerechte Ausführung einer Verteilung müssen Tag, Ort, Straße und Hausnummern sowie Namen der Reklamanten und die genauen Umstände enthalten, die den Anlass zur Reklamation bilden. Sie haben grundsätzlich schriftlich zu erfolgen und müssen innerhalb von 5 Tagen beim Verlag vorliegen, damit Beanstandungen überprüft und abgestellt werden können. Bei begründeten Beanstandungen ist dem Verlag die Möglichkeit der Nachbesserung zu gewähren. Beanstandungen eines Teiles der Leistung berechtigen nicht zur Beanstandung der gesamten Leistungen. Insbesondere berechtigt der Nachweis von einzelnen oder mehreren Anschriften, die sich in verschiedenen Verteilbezirken befinden, nicht zum Abzug von der Rechnung. Bei begründeten Beanstandungen aus eigenem Verschulden leistet der Verlag angemessenen Schadenersatz im Verhältnis zur Fehlleistung. In diesem Fall wird die Stückzahl des von der Beanstandung betroffenen einzelnen Verteilbezirkes gutgeschrieben. Ergibt sich aus Haushaltsbefragungen, dass nachweislich die angestrebten Belieferungsquote von 95% der Haushalte um mehr als 10% unterschritten wurde, ist der Verlag berechtigt, eine Nachverteilung vorzunehmen, sofern das Interesse des Auftraggebers hieran nicht durch Fristablauf entfallen ist. Der Nachweis obliegt dem Auftraggeber. Wenn begründete Beanstandungen nicht durch die Nachverteilung ausgeräumt werden können, berechtigen sie den Auftraggeber zu einer der

Fehlquote entsprechenden Minderung der Auftragssumme, soweit die Fehlquote über die Toleranzgrenze von 10% hinaus gehen.

15. Der Verlag haftet auf Schadenersatz wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten bei Arglist, Vorsatz und grober Fahrlässigkeit uneingeschränkt. Wenn fahrlässig eine vertragswesentliche Pflicht verletzt wird, ist die Ersatzpflicht auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden begrenzt. Entsprechendes gilt auch für die Haftung aufgrund Handelns von Erfüllungsgehilfen. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Abweichend hiervon bleibt die Haftung aus einer vereinbarten Garantie oder wegen Personenschäden unberührt. Die Gefahr für die Verteilobjekte trägt der Auftraggeber, der Verlag haftet nicht für Schäden oder Verluste der Verteilobjekte durch Feuer, Wasser, Bruch, sonstige höhere Gewalt oder Einwirkung von Dritten, insbesondere Diebstahl. Es wird keine Haftung für einen durch die Verteilmaßnahme erhofften, nicht eingetretenen Erfolg übernommen.
16. Bei höherer Gewalt, insbesondere Unwetter, Streiks, unverschuldeten Verzögerungen, z.B. bei Betriebsstörungen gleich welcher Art, haftet der Verlag nicht für Termineinhaltung.
17. Nachträgliche Auftragsänderungen bedürfen der Schriftform.
18. Verträge über regelmäßig wiederkehrende Leistungen können nur mit einer Frist von 3 Monaten zum Monatschluss gekündigt werden.
19. Der Auftraggeber darf ohne ausdrückliche Genehmigung des Verlags nicht mit deren Verteilpersonal und Subunternehmern direkt zusammenarbeiten bzw. Kontakt aufnehmen. Diese Bestimmung gilt auch für den Fall, dass diese von sich aus an ihn herantreten. Wegen der außerordentlichen Bedeutung für den Fortbestand und die Weiterentwicklung des Verlags gilt eine Vertragsstrafe von 5.000,00 € für jeden nachgewiesenen Fall der Zuwiderhandlung als vereinbart. Dies gilt besonders für den Fall, dass der Auftraggeber vertraglich an den Verlag gebundene Verteilerkolonnen und -gruppen (Subunternehmer) ohne deren schriftliche Zustimmung direkt beschäftigt.
20. Bei verspäteter Stornierung werden dem Auftraggeber vom Verlag 25% des Auftragswerts berechnet.
21. Digitale Beilage
Das PDF zur Schaltung einer digitalen Beilage im Rahmen einer crossmedialen oder rein digitalen Schaltung ist bis 3 Werktage vor Erscheinungstermin an den Verlag zu übermitteln. „Digitale Beilagen only“ sind bis 3 Werktage vor Erscheinen kündbar. Einzelne Seiten digitaler Beilagen können auf Webseiten des Kunden verlinkt werden (= Linkout). Für bis zu 10 Linkouts werden pauschal 157,00 € (Ortspreis) bzw. 185,00 € (Grundpreis) berechnet. Ab dem elftem Linkout werden pro weiterem Linkout 5,00 € (Ortspreis) bzw. 6,00 € (Grundpreis) berechnet.

Zahlung und Rechnungsmodalitäten

1. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufender Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Der Auftraggeber gerät 30 Tage nach Fälligkeit und Zugang einer Rechnung in Verzug, ohne dass es einer weiteren Mahnung bedarf.
2. Soweit eine Zahlung mittels SEPA-Lastschrift vereinbart wurde, gilt Folgendes: Der bevorstehende Lastschrifteinzug wird bis spätestens 1 (einen) Kalendertag vor Fälligkeit der Lastschrift vorab angekündigt (Vorabinformation/Prenotification). Der abgebuchte Betrag kann im Einzelfall von dem

in der einzelnen Abrechnung bzw. in der einzelnen Vorabinformation mitgeteilten Betrag abweichen, wenn mehrere Abrechnungen das gleiche Fälligkeitsdatum haben. In diesem Fall wird zum Fälligkeitsdatum der Gesamtbetrag (= Summe aus den Abrechnungen) eingezogen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, für ausreichende Deckung auf dem Konto zu sorgen und sicherzustellen, dass die fälligen Beträge eingezogen werden können. Diese Verpflichtung besteht auch dann, soweit dem Auftraggeber im Einzelfall eine Vorabinformation nicht oder nicht rechtzeitig zugehen sollte.

3. 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 Veröffentlichungen / Verteilungen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenauftrags das Erscheinen weiterer Werbemittel bzw. ausstehende Verteilaktionen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
4. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen in Höhe von 5% über dem jeweiligen Basiszinssatz berechnet. Der Auftraggeber darf gegen Forderungen des Verlags nur mit unbestrittenen, rechtskräftig festgestellten oder vom Verlag anerkannten Gegenforderungen aufrechnen. Zurückbehaltungsrechte stehen ihm nur zu, soweit sein Gegenanspruch auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht.

Sonstiges

1. Der Verlag kann Werbemittel – auch einzelne Abrufe – im Rahmen eines Abschlusses nach sachgemäßem Ermessen ablehnen bzw. sperren. Dies gilt insbesondere, wenn der Inhalt der Anzeigenaufträge gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat beanstandet wurde, wenn deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Eine Unzumutbarkeit des Inhalts kann vorliegen, wenn der Inhalt fremdenfeindliche, volksverhetzende oder demokratiefeindliche Aussagen beinhaltet und/oder Menschen aufgrund Ihrer Rasse, Religion oder sexuellen Orientierung diskriminiert.
2. Der Ausschluss von Mitbewerbern ist grundsätzlich nicht möglich.
3. Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt. Keine Anwendung findet er z. B. beim Zusammenschluss verschiedener selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind. Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist ein schriftlicher Nachweis einer mehr als fünfzigprozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich.

Schlussbestimmungen

1. Der Verlag ist nicht bereit oder verpflichtet, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle im Sinne des Verbraucherstreitbeilegungsgesetzes teilzunehmen.
2. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen wird als Gerichtsstand Mainz vereinbart.
3. Die Vertragsdaten werden in einer Datenverarbeitungsanlage gespeichert, aufgrund der

gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus. Der Verlag wird alle Informationen, Geschäftsvorgänge und Unterlagen, die im Zusammenhang mit der Vertragsabwicklung bekannt werden oder als vertraulich bezeichnet werden, vertraulich behandeln, es sei denn, sie sind bereits auf andere Weise allgemein bekannt geworden. Die Weitergabe an zur Vertraulichkeit verpflichtete Unterauftraggeber ist gestattet. Soweit personenbezogene Daten verarbeitet werden, erbringt der Verlag diese Leistung durch auf das Datengeheimnis gem. DSGVO und sonstige datenschutzrechtliche Vorschriften verpflichtete Mitarbeiter und ggfs. Unterauftragnehmer. Der Verlag wird die erlangten Daten ausschließlich für die Zwecke der Leistungserbringung verarbeiten.

Stand: 1.1.2025