

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

### § 1 Geltungsbereich

1. Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend "AGB") für Anzeigen und

Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften der Kurier Verlag GmbH (nachfolgend "Verlag") und

deren Partnerverlage gelten für alle Anzeigen-/Beilagenaufträge und Abschlüsse ausschließlich.

2. Für jeden Anzeigenauftrag und Folgeauftrag gelten die nachfolgenden AGB sowie die im Zeitpunkt

des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlags (abrufbar unter: [http://www.stadt-](http://www.stadt-kurier.de/preise/)

[kurier.de/preise/](http://www.stadt-kurier.de/preise/)), deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden.

3. Die AGB des Kunden werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Gültigkeit

ausdrücklich zu.

4. Die AGB des Verlages gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder von

diesen AGB abweichender Bedingungen des Auftraggebers den Anzeigenauftrag bzw. den Abschluss

vorbehaltlos ausführt.

### § 2 Anzeigenauftrag/Beilagen

2.1 "Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung

einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel wie z.B. Beilagen (nachfolgend "Anzeigen")

eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend "Kunde") in einer Druckschrift

zum Zwecke der Verbreitung.

2.2 Diese AGB gelten sinngemäß auch für Beilagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich

erst nach Vorlage eines Musters angenommen.

### § 3 Vertragsschluss

3.1 Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per

Internet (Online-Formular) aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der

Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Kunden (Angebot) und

wird schriftlich oder per E-Mail vom Verlag bestätigt (Annahme).

3.2 Es besteht kein Anspruch auf die Annahme von Anzeigenaufträgen. Der Verlag behält sich vor,

Anzeigenaufträge - 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.

3.3 Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren

Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines

Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht

angenommen.

3.4 Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Kunden unverzüglich mitgeteilt.

#### § 4 Widerrufsrecht des Verbrauchers

Das Widerrufsrecht besteht nicht, da die vorliegenden Leistungen auf einer individuellen Auswahl

sowie auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnittene Leistungen darstellen.

#### § 5 Abschluss und Abruf

5.1 "Abschluss" ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der vom

Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die einzelnen rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge

jeweils erst durch schriftliche oder elektronische Bestätigung des Abrufs zustande kommen.

5.2 "Abruf" ist die Aufforderung des Kunden an den Verlag, aufgrund Grundlage eines Abschlusses

eine konkrete Anzeige zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen

Texte und Vorlagen.

5.3 Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss

abzurufen.

5.4 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 4.3 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

5.5 Bei Abschlüssen ist der Kunde berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. innerhalb der in Ziffer

4.3 genannten Ein-Jahresfrist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere

Anzeigen abzurufen.

5.6 Bei Errechnung der Abnahmemenge zur Abschlusserfüllung werden Text-Millimeterzeilen dem

Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

5.7 Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigen- und Erscheinungstermine sind für den Verlag

unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, die Anzeigen- und Erscheinungstermine (auch bei

Sonderveröffentlichungen) kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

5.8 Der Werbetreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von

Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag

abgeschlossen hat, der auf Grund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Die

Ansprüche auf Nachvergütung oder Nachbelastung entfallen, wenn Sie nicht binnen drei Monate

nach Abschluss des Abschlussjahres geltend gemacht werden.

§ 6 Erstattung von Nachlässen und Rabatten

6.1 Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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.

6.2 Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags

beruht.

§ 7 Ablieferung und Platzierung der Anzeigenaufträge

7.1 Aufträge für Anzeigen und 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 Kunden 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 ausdrücklich

Vereinbarung bedarf.

7.2 Platzierungswünsche für Anzeigen können nur im Rahmen des technisch machbaren

berücksichtigt werden. Die Platzierung ist daher nicht als Leistungsbestandteil zu verstehen. Eine

etwaige Nichterfüllung des Platzierungswunsches berechtigt nicht zur Preisminderung.

7.3 Bei Kombi-Anzeigenaufträgen für verschiedene Titel behält sich der Verlag vor, die Anzeigen in

den verschiedenen Titeln unterschiedlich zu platzieren. Sofern keine eindeutige Platzierung

vereinbart ist, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.

7.4 Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der

Verlag diese Anzeige zum gleichen Preis in einer Ausgabe mit gleichem oder größerem

Verbreitungsgebiet veröffentlichen. Dies gilt nicht, wenn es für die Bestellung einer bestimmten

Ausgabe einen objektiv nachvollziehbaren, dem Verlag bekannten Grund gab.

7.5 Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche

Sorgfalt an. Er haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irregeführt wird.

## § 8 Textteilanzeigen

Textteilanzeigen 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.

## § 9 Druckunterlagen

9.1 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. Der Verlag gewährleistet die für den

belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen

Möglichkeiten.

9.2 Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst

beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

9.3 Druckunterlagen werden nur auf schriftliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt.

Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige.

9.4 Kosten für Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Kunden gewünschte oder zu

vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Kunde zu

tragen.

## § 10 Veröffentlichung in digitalen Ausgaben

10.1 Der Verlag ist berechtigt, in der Zeitung erscheinende Anzeigen ergänzend in die Online-Dienste

des Verlages und ggf. seiner Online-Kooperationspartner einzustellen. Bei Anzeigen, die im Internet

veröffentlicht werden, ist der Verlag berechtigt, die Anzeigen technisch zu bearbeiten und optisch zu

verändern.

10.2 Der Verlag hat das Recht, die Anzeige innerhalb des Zeitraumes, in dem die Printanzeige

veröffentlicht wird, in einer dem jeweiligen technischen Standard entsprechenden Weise zusätzlich

in digitalen Ausgaben (z.B. E-Paper, App) zu veröffentlichen.

## § 11 Rechtsgarantie und Rechtseinräumung

11.1 Der Kunde gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt.

Der Kunde trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die

Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er

stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses von allen Ansprüchen Dritter

frei, die von diesen gegen den Verlag im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeigen

geltend gemacht werden. Der Kunde stellt den Verlag diesbezüglich zudem von den Kosten zur

notwendigen Rechtsverteidigung frei. Schließlich ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag nach

Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten

zu unterstützen und über Unterlassungserklärungen oder einstweilige Verfügungen im Hinblick auf

Rechte Dritter unverzüglich schriftlich zu informieren.

11.2 Der Kunde überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbeanzeigen in Print- und

Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und

Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung,

Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Bearbeitung und Umgestaltung und zwar

zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Die

vorgenannten Rechte werden in allen Fällen räumlich unbegrenzt übertragen.

11.3 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

Anzeigentarifs.

## § 12 Gewährleistung

12.1 Der Kunde ist verpflichtet, die Anzeige unverzüglich nach Veröffentlichung zu überprüfen. Ist der

Kunde Kaufmann müssen Mängelrügen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Verlag

geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel. Für diese gilt

eine Frist von sechs Monaten ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn. Soweit der Kunde

Verbraucher ist, haben Rügen bei offensichtlichen Mängeln innerhalb von zwei Wochen, bei nicht

offensichtlichen Mängeln innerhalb von zwölf Monaten ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn zu erfolgen.

12.2 Der Kunde 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.

12.3 Fehlerhaft gedruckte Kenn- und Kontrollnummern beeinträchtigen den Zweck der Anzeige nicht.

12.4 Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit

unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist.

12.5 Der Kunde hat bei Wiederholungsanzeigen den richtigen Abdruck seiner Anzeigen sofort bei

Erscheinen zu überprüfen. Der Verlag erkennt Zahlungsminderung oder Ersatzansprüche nicht an,

wenn bei Wiederholungen der gleiche Fehler unterläuft, ohne dass nach der Veröffentlichung eine

sofortige Richtigstellung seitens des Auftraggebers erfolgt ist.

## § 13 Haftung

13.1 Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus

schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund

mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße

Durchführung des Anzeigenauftrages überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des

Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut. Die

Schadensersatzpflicht ist - abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des

Lebens, des Körpers oder der Gesundheit - auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden

Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom

Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlags nach den vorstehenden Regelungen

ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Mitarbeiter,

Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon

unberührt. Schadensersatzansprüche von Kaufleuten gegen den Verlag verjähren, abgesehen von

Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in

dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder

hätte erlangen müssen.

13.2 Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von

digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter

Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der

Preisliste bzw. der Mediadaten nicht beachtet.

13.3 Erfolgt die Übertragung der Druckunterlagen auf digitalem Wege, übernimmt der Verlag keine

Haftung für Veränderungen der digitalen Daten durch Übertragungsfehler. Gleiches gilt in den Fällen,

in denen die vom Kunden übermittelten Daten systembedingt (nicht kompatibel) beim Verlag nicht

weiterverarbeitet werden können. Die Zusicherung bestimmter Eigenschaften ist nur wirksam, wenn

sie schriftlich durch die Anzeigenabteilung erfolgt.

13.4 Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Daten frei von Viren sind. Dateien mit Viren kann

der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich

Ersatzansprüche vor, wenn die Viren Schäden verursachen.

13.5 Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen, Termin- oder Ausgabenänderungen, Textkorrekturen

und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler und fehlerhafte Aufzeichnungen

keine Haftung.

13.6 Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und Arbeitsk Kampfmaßnahmen und

Rohstoffverknappung von der Verpflichtung zur Auftragserfüllung frei.

§ 14 Probeabzüge, Anzeigenbeleg und Abdruckhöhe

14.1 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Kunde 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.

14.2 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang

des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern

geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche

Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Bei

Fließsatzanzeigen und bei privaten Gelegenheitsanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt.

Bei Wiederholungsanzeigen hat der Auftraggeber Anspruch auf einen Anzeigenausschnitt für die

erste Anzeige, alle weiteren Termine können durch Aufnahme-Bescheinigung bestätigt werden.

14.3 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche,

tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt. Weicht bei einer fertig angelieferten

Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der

abgedruckten Anzeige. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben

gerundet.

## § 15 Zahlung

15.1 Die Rechnung ist innerhalb der auf der Preisliste/den Mediadaten ersichtlichen, vom Empfang

der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist

oder eine Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden der

Preisliste entsprechend gewährt.

15.2 Die Bezahlung kann per Überweisung, per Barzahlung oder im Lastschriftverfahren erfolgen. Die

grundsätzliche Akzeptanz der jeweiligen Bezahlungsmöglichkeiten ist dem jeweiligen Angebot zu

entnehmen. Die sogenannte Pre-Notificationfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift wird auf drei

Bankarbeitstage verkürzt. Der Kunde sichert zu, für die Deckung des Kontos zu sorgen. Kosten, die

aufgrund von Nichteinlösung oder Rückbuchung der Lastschrift entstehen, gehen zu Lasten des

Kunden, solange die Nichteinlösung oder die Rückbuchung nicht durch den Verlag verursacht wurde.

Für Gelegenheitsanzeigen im Fließ gilt üblicherweise Barzahlung oder Bankeinzug (seit dem

01.02.2014 SEPA- Lastschriftverfahren).

15.3 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 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 vom dem Ausgleich

offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Kunde ist zur Aufrechnung mit

Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt und nicht

bestritten sind.

15.4 Der Verlag behält sich vor, Anzeigen von Auftraggebern, die nicht im Verbreitungsgebiet

ansässig sind, nur gegen Vorkasse zu veröffentlichen. Bei Aufträgen aus dem Ausland ist generell

Vorauszahlung erforderlich. Ist der Anzeigenauftrag nach den geltenden deutschen gesetzlichen

Bestimmungen nicht mehrwertsteuerpflichtig, erfolgt die Rechnungsstellung ohne

Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt,

wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.

### § 16 Auflagenminderung

Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf

Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige

beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche

Auflage oder - wenn eine Auflage nicht genannt ist - die durchschnittlich verkaufte (bei

Fachzeitschriften gegebenenfalls die tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen

Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung

berechtigter Mangel, wenn sie

- bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplare 20 v. H.
- bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplare 15 v. H.
- bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplare 10 v. H.
- bei einer Auflage über 500.000 Exemplare 5 v. H.

beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der

Verlag dem Kunden von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser

vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

## § 17 Chiffreanzeigen

17.1 Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der

Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf

Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

17.2 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.

17.3 Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden

Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Kunden zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format

DIN A 4 (Gewicht 500 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.

17.4 Der Kunde haftet für die Rücksendung der Unterlagen.

17.5 Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag

nicht verpflichtet.

## § 18 Preise

18.1 Maßgeblich für die Preise ist die jeweils zum Zeitpunkt des Anzeigenauftrages gültige Preisliste.

Die Preisliste ist einsehbar unter [www.stadt-kurier.de/preise/](http://www.stadt-kurier.de/preise/), in der Geschäftsstelle der Kurier

Verlag GmbH sowie in den Anzeigeannahmestellen.

18.2 Alle Preise und Vergütungen verstehen sich stets zuzüglich der am Tag der Rechnungsstellung

gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer; das gilt insbesondere für in Anzeigenaufträgen und Preislisten

genannte Preise.

18.3 Sofern die Preisliste des Titels sich auf Textmillimeterzeilen bezieht, werden bei der Errechnung

der Abnahmemengen Textmillimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigenmillimeter

umgerechnet.

18.4 Bei Anzeigen ab 450 mm Höhe wird volle Satzspiegelhöhe (480 mm) berechnet.

18.5 Für besondere Anzeigen- und Beilagenabschlüsse sowie -aufträge, insbesondere auch für

Sonderseiten und -rubriken, können vom Verlag abweichende Preise festgelegt werden.

18.6 Der Verlag kann für Anzeigen, die in Themen-Kollektiven erscheinen, von der Preisliste

abweichende Preise vereinbaren, die auch anteilige Kosten für thematisch unterstützende

redaktionell gestaltete Beiträge enthalten können. In einem solchen Fall werden die entsprechenden

Beiträge oder die gesamte Veröffentlichung als "Anzeige" gekennzeichnet.

18.7 Der Preis für Anzeigen von Kunden aus dem Verbreitungsgebiet kann von solchen Unternehmen

in Anspruch genommen werden, die ihren Sitz oder Niederlassungen im Verbreitungsgebiet haben

und für sich oder ihre Niederlassungen ohne Einschaltung eines Werbungsmittlers Personal suchen,

Gelegenheitsanzeigen aufgeben oder ortsabhängig Waren bzw. Dienstleistungen anbieten. Sind

Anzeigen des vorgenannten Kundenkreises über Werbungsmitter abzurechnen, so gelten nicht die

Preise für Ortskunden, sondern die Grundpreise.

18.8 Der Verlag ist berechtigt, die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern.

Preisänderungen für Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens drei Monate

vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden. In diesem Fall steht dem Kunden ein

Sonderkündigungsrecht zu. Das Kündigungsrecht muss innerhalb von 14 Tagen schriftlich nach

Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

## § 19 Farbanzeigen

Farbanzeigen werden im Vierfarbdruck grundsätzlich aus den Grundfarben Cyan, Magenta, Yellow,

Key (Schwarz) nach der ISO-Farbskala erzeugt. Bei Farben aus der HKS-Farbskala Z (Zeitungspapier)

sind Abweichungen zur Originalfarbe möglich. Farben aus der Pantone-Farbskala, die nicht im

herkömmlichen Vierfarbdruck erreicht werden können, können nicht erzeugt werden. Verzichtet der

Kunde auf eine der in der ISO-Skala enthaltenen Grundfarben, wird der Preis der Werbeanzeige nicht

gemindert. Bei der Beauftragung von Farbanzeigen in einer geringeren Größe als der für die jeweilige

Rubrik vorgesehenen Mindestgröße wird der Preis für die jeweilige Mindestgröße berechnet. Die

Mindestgröße beträgt 100 mm.

Bei Farbanzeigen, die ohne Farb-Proof geliefert werden sowie bei unerwünschten Druckresultaten,

die auf eine Abweichung der Vorgaben des Verlages zur Übermittlung von digitalen Datensätzen

beruhen, sind Preisminderungen ausgeschlossen.

## § 20 Werbeagenturen

sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen

gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte

Vermittlungsprovision darf an die Kunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

20.2 Die Vermittlungsprovision wird nicht auf Lokal- und Privatpreise gewährt und fällt nur bei

Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen

vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird,

ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und einer

Gewerbeanmeldung der Werbeagentur vorliegt.

20.3 Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der

berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen.

20.4 Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung

erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der

Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Kunde werden, muss dies gesondert unter

namentlicher Nennung des Kunden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der

Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

## § 21 Stornierungen

von ganzseitigen Anzeigen und seitenteiligen Anzeigen können nur bis zu 5 Tage

vor dem vereinbarten Erscheinungstermin berücksichtigt werden.

21.2 Stornierungen können nur schriftlich, per Telefax oder E-Mail erfolgen. Ist die Anzeige bereits in

Druck gegeben, hat der Kunde die Anzeige zu bezahlen. Ist die Anzeige noch nicht in Druck gegeben,

kann der Verlag die Erstattung der bis zur Stornierung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen

Vorschriften verlangen.

## § 22 Datenschutz

Wir verarbeiten Ihre angegebenen Daten zur Abwicklung Ihrer Anzeigenaufgabe. Wir handeln damit

zur Erfüllung vertraglicher Verpflichtungen gemäß Art. 6 Abs.1 lit b DSGVO. Die eingegebenen Daten

werden nur unseren Mitarbeitern zur Verfügung gestellt. Eine Verarbeitung in einem Drittland findet

nicht statt. Die Daten werden nach Wegfall der Zweckbindung gelöscht. Mit dem Absenden Ihrer

Anzeigenaufgabe erklären Sie sich mit der Verarbeitung Ihrer Daten einverstanden. Weitere

Informationen nach Art. 13 DSGVO zur Erhebung von personenbezogenen Daten bei der betroffenen

Person können Sie unter (<http://www.stadt-kurier.de/datenschutz/>) abrufen.

## § 23 Rechtswahl und Gerichtsstand

Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht.

23.2 Erfüllungsort ist Neuss.

23.3 Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder

öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist Neuss.