Mit uns sind Sie regional

am stärksten.

Im Land Brandenburg und darüber hinaus

29 JAHRE

Eine starke **Marke**
für das Land Brandenburg

BLICKPUNKT

GPZ Geprüfte Prospektzustellung BVDA

BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter

ADA Auflagen Kontrolle der Anzeigen Blätter BVDA/BDZV

Preisliste Nr. 29 gültig ab 01.10.2019

BLICKPUNKT – WOCHENENDE

AUSGABE	Auflage	Grundpreis s/w	Grundpreis Farbe	GP Stellen-markt s/w	GP Stellen-markt 4c	Ortspreis s/w	Ortspreis Farbe	OP Stellen-markt s/w	OP Stellen-markt 4c
Potsdam/Werder (Havel)	156.350	2,40 €	3,26 €	2,64 €	3,59 €	2,04 €	2,77 €	2,24 €	3,05 €
Ludwigsfelde/Zossen	49.500	1,16 €	1,63 €	1,28 €	1,79 €	0,99 €	1,38 €	1,09 €	1,52 €
Königs Wusterhausen	62.200	1,24 €	1,74 €	1,36 €	1,91 €	1,05 €	1,48 €	1,16 €	1,62 €
Jüterbog	38.390	1,12 €	1,55 €	1,23 €	1,70 €	0,95 €	1,32 €	1,05 €	1,45 €
Finsterwalde/Herzberg	36.515	1,02 €	1,44 €	1,12 €	1,58 €	0,87 €	1,22 €	0,95 €	1,34 €
Spreewald	43.800	1,16 €	1,61 €	1,28 €	1,77 €	0,99 €	1,37 €	1,09 €	1,50 €
Gesamtausgabe inkl. Kombirabatt:	386.755	6,48 €	8,98 €	7,13 €	9,87 €	5,51 €	7,63 €	6,06 €	8,38 €

BlickPunkt

ERSCHEINUNGSWEISE

wöchentlich: Wochenende

TITELANZEIGEN

Aufschlag 50 % (nur in 4c)
Nur auf Anfrage möglich!

MALSTAFFEL JE TITEL

bei Abnahme innerhalb eines Jahres von mindestens:

6	Anzeigen	5 %
12	Anzeigen	10 %
24	Anzeigen	15 %
52	Anzeigen	20 %

KOMBIRABATTE JE TITEL

ab	2 Ausgaben	10 %
ab	4 Ausgaben	15 %
ab	6 Ausgaben	20 %

MENGENSTAFFEL JE TITEL

bei Abnahme innerhalb eines Jahres von mindestens:

5000 mm	10 %
10.000 mm	15 %
20.000 mm	20 %
ab 30.000 mm	n. V.

PLATZIERUNGEN

Aufschlag 25 %
Nur auf Anfrage möglich!

VERLAGSANGABEN

Zahlungsbedingungen:
Bei Rechnungserhalt sofort ohne jeden Abzug, bei Bankeinzug 2 % Skonto

Geschäftsbedingungen:
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages.

ANZEIGENSCHLUSS

Mittwoch 12.00 Uhr

BEILAGEN

Höchstformat: DIN A4. Größere Formate nach Absprache und im Rahmen der technischen Möglichkeiten.

Letzter Rücktrittstermin: 8 Tage vor Erscheinen. Bei kurzfristigen Rücktritten ist der Verlag berechtigt, 25 % der Auftragssumme als Schadenersatz zu berechnen, ohne einen Schaden im Einzelnen nachweisen zu müssen.

Meldungen bis Montag 14.00 Uhr
Anlieferung bis Mittwoch 16.00 Uhr
an den jeweiligen Druckort

Preise:
Ortspreis bis 15 g 39,00 €
plus je weitere 10 Gramm 5,00 €
pro Tausend (nicht rabattfähig)

Grundpreis bis 15 g 46,00 €
plus je weitere 10 Gramm 6,00 €
pro Tausend (nicht rabattfähig)

Preise für Kleinstmengen auf Anfrage

Wir empfehlen eine Mehranlieferung von mind. 1 % der Beilagenmenge als technische Reserve.

DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS

siehe Anzeigenschluss

DRUCKVERFAHREN

Rollenoffset

DIGITALE DRUCKUNTERLAGEN

Farbigkeit: Gedruckt wird nach 4c-Euroskala. Zusatzfarben nach HKS-Farbfächer Z für den Zeitungsdruck werden durch den Zusammendruck aus den Skalenfarben Cyan, Magenta, Yellow und Schwarz erreicht. Abweichende Farben nur auf Anfrage. Abweichungen geringfügiger Art in Passer und Ton berechtigen nicht zu Ersatz oder Minderungsanspruch.

Datenformat: Bevorzugt werden Acrobat-4-kompatible PDF-Dateien (PDF 1.3) oder EPS-Dateien, jeweils mit eingebetteten oder in Pfade gewandelten Schriften. Auf JPEG-komprimierte Bilder in EPS-Dateien sollte verzichtet werden. Die Daten dürfen nicht vor-/farbsepariert sein, sondern müssen als Composite vorliegen.

Bilder sollten mit dem bei der IFRA (www.ifra.com) erhältlichen ICC-Profil „ISOnewspaper26v4.icc“ separiert, d. h. von RGB nach CMYK umgewandelt werden. Die Summe der 4 Skalenfarben darf 240 % in neutralen Bildtiefen nicht überschreiten.

Auflösung: Halbtonbilder benötigen eine Auflösung von 250 dpi, Strichbilder eine Auflösung von 1270 dpi.

Strichstärke: Negativstriche mind. 0,15 mm;
Positivstriche mind. 0,10 mm.

Andrucke: Für 4c-Anzeigen wird zusätzlich ein farbverbindlicher Andruck benötigt. Liegt dieser nicht termingerecht vor, kann die Farbverbindlichkeit nicht gewährleistet werden.

Folgende Angaben sind mitzuliefern:
- Kundenname
- Erscheinungstag
- Erstellungsprogramm mit Versions-Nummer
- Anzeigengröße und ggf. Farbigkeit (mit konkreter Farbangabe)
- Ansprechpartner mit Telefonnummer für Rückfragen

SATZSPIEGEL

Berliner Format

Seitenbreite:	281,5 mm/7-spaltig
Seitenhöhe:	435,0 mm
1/1 Seite:	3.045,0 mm
einspaltig:	38,5 mm
zweispaltig:	79,0 mm
dreispaltig:	119,5 mm
vierspaltig:	160,0 mm
fünfspaltig:	200,5 mm
sechsspaltig:	241,0 mm
siebenspaltig:	281,5 mm

Unsere Magazine

Start! – das Ausbildungsmagazin

Unterwegs in Brandenburg – das Reisemagazin

Hochzeit – das Hochzeitsmagazin

Präsentieren Sie Ihr Angebot

online

und führen Sie den Nutzer über einen Link direkt zu Ihrer Website!

Werbeformen	Größe in Pixel	Platzierung	Alle Channels
A – Superbanner*	728 x 90	am Kopf der Seite	400,00 €
B – Skyscraper*	160 x 600	rechts neben den redaktionellen Inhalten	350,00 €
C – Content-Banner*	751 x 80	über redaktionellem Hauptinhalt der Seite	450,00 €
D – Button rechts*	300 x 120	rechts auf der Seite	200,00 €
E – Fullsize Banner*	468 x 60	im Anschluss an den redaktionellen Hauptinhalt der Seite	200,00 €
F – Rectangle*	300 x 300	rechts auf der Seite	300,00 €

* Platzierung in Rotation mit anderen Bannern. Sämtliche Preise sind AE-fähig und gelten zzgl. der gesetzlichen MwSt. für eine Laufzeit von 4 Wochen. Für Banner-Neuerstellungen werden einmalig 35,00 € berechnet.

www.blickpunkt-brandenburg.de/service/online-werben

Besonders werbig – mit Format

Neue und etablierte Sonderwerbeformen von Schenkelberg im Überblick

XXL-Altarfalz

Für Kunden, die auffallen und in Erinnerung bleiben wollen – mit wissenschaftlich belegtem Effekt: Der XXL-Altarfalz bleibt im Gedächtnis. Das wurde im Jahr 2009 durch die Forschungsgruppe Medien aus Leipzig bei Tests herausgefunden. Der XXL-Altarfalz ermöglicht ein doppeltes Auffalten bis zu einer beeindruckenden Breite von 126 Zentimetern, was die Gestaltungsmöglichkeiten erheblich steigert und eine neue Kundenansprache garantiert. Das Format eignet sich besonders für Unternehmen, die aufmerksamkeitsstark mit großformatigen Fotos oder Gestaltungen ihre Zielgruppe erreichen wollen. Einmalig in Europa!

Flügel- Altarfalz

Klassisch platzierte Coupons gehen schnell unter. Der Flügel-Altarfalz bietet neue interessante Möglichkeiten und erreicht damit die Verbraucher. Links und rechts an einem aufgeschlagenen Vierseiter befinden sich die „Flügel“, jeweils eine halbe Seite Berliner Format, die perforiert werden können und so zum Coupon werden. Der Flügel-Alatarfalz ist gut geeignet für eine Vielzahl von Gestaltungsideen, die durch das „Grundmedium Zeitung“ eine besondere Glaubwürdigkeit erhalten.

Mini-Altarfalz

Der „kleine“ Altarfalz basiert auf vier Seiten Berliner Format und bekommt durch die zwei halben Seiten, die sich wie Flügel öffnen, den Charakter eines Fensters. Dadurch werden sehr interessante bis kreativ-witzige Gestaltungen möglich. Der Mini-Altarfalz kann, wie alle XXL-Formate auch, mit einer klassischen Zeitung mitgedruckt werden.

Titel-Altarfalz

Technisch ist es kein Altarfalz, optisch aber dann doch. Die Wirkung ist die Hauptsache. Mit dem Titelaltarfalz, in der Zeitschriftenproduktion als „French Cover“ bekannt, kann über eine passende Gestaltung geschickt Spannung aufgebaut werden – um dann das Erlebnis mit einem Aha-Effekt abzurunden. Ein weiterer Einsatzgrund: Mit dem Titelaltarfalz können Angebote oder Werbebotschaften besonders hervorgehoben werden, ohne dabei die eigentliche Titelseite, zum Beispiel bei Tages- oder Wochenzeitungen, zu beeinträchtigen.

Banderole –
für das halbe Berliner Format

Speziell für Zeitungen oder Prospekte im halben Berliner Format bietet Schenkelberg die neue Banderole an – sie kann im Kopf oder im Fuß des Hauptproduktes um die Zeitung oder den Prospekt umgelegt werden und ist auf der rechten Seite offen. Zusätzlich ist eine Variante möglich, bei der die Banderole durch Perforation oder Heftung mit der Zeitung verbunden ist und sich problemlos abtrennen lässt.

XXL-Zickzackfalz

Wieder sind es, wie beim XXL-Altarfalz, beeindruckende 126 Zentimeter in der Breite. Doch die einzelnen Seiten sind im Zickzack gelegt, so dass sehr originelle Gestaltungen möglich sind. Durch den abschließenden Rotationsfalz zum halben Berliner Format kann die Sonderwerbeform, wie jede andere von Schenkelberg auch, in Wochen- oder Tageszeitungen eingesteckt werden.

Prima-Prospekt

Rein technisch gesehen handelt es sich beim PRIMA-Prospekt um ein vierseitiges Prospekt mit inliegendem Mini-Altarfalz, was auch zur Namensfindung beigetragen hat. Es ist eine Weiterentwicklung des „Mini“. Interessant ist die Sonderwerbeform durch den Überraschungseffekt, der unweigerlich beim Blättern entsteht und bei dem auch perforiert werden kann.

XXL-Wickelfalz

Die auf drei Seiten durchgehende Panorama-Seite bietet ausreichend Platz für kreative Ideen und eine ausgefeilte Unternehmens- oder Produktpräsentation – vor allem dann, wenn der XXL-Altarfalz einfach zu groß ist. Die offene Breite beträgt „nur noch“ 94,5 cm.

Flying Page

Für Aktionen, Sonderangebote und Jubiläen besonders interessant: Halbe Seiten umfassen jeweils die erste und letzte Seite eines Hauptproduktes. Der informative Charakter einer Zeitung, z.B. auf der Titelseite, wird dabei nicht eingeschränkt. Ein aufgebessertes Papier für die Flying Page kann die Wirkung zusätzlich verstärken oder es entsteht gleichzeitig, je nach Gestaltung, auch ein Coupon.

Half Cover

Vergleichbar mit der Flying Page, aber doch mit einem großem Unterschied: Die halbe Seite vor der eigentlichen Titelseite ist mit der letzten Seite des Hauptproduktes fest verbunden. Der Vorteil: Das Half Cover ist fester Bestandteil der Zeitung.

PanoTrio

Beim PanoTrio haben Kreative viel Spielraum. Durch die innovative Sonderwerbeform können drei echte Panorama-Seiten in einem Prospekt platziert werden. Dadurch ergeben sich völlig neue Möglichkeiten, Bild- oder Werbegeschichten zu erzählen und damit nachhaltig im Kopf der Verbraucher zu bleiben.

Zip’n’Buy

Durch die Perforation auf einer beliebigen Seite können Werbetreibende viele Ideen umsetzen, die sonst im Zeitungsdruck eher schwierig realisierbar waren. Die Leser können über das Zip’n’Buy einen Werbeabschnitt, z.B. mit Tipps & Tricks oder Gutscheinen, einfach und schnell abtrennen, statt ihn mühsam auszuschneiden.

Beilagen

Mitgedruckt oder eingesteckt: Prospekte oder Beilagen in Zeitungen werden immer wichtiger. Die eine Variante ist das Einstecken: Bis zu zwölf verschiedene Beilagen, d.h. Flyer, Prospekte, Coupons oder Antwortkarten sind in einem Durchgang möglich. Besonders attraktiv wird es, wenn Beilagen gleich mit dem Hauptprodukt mitgedruckt werden. Hierbei können sich auch die Papiere vom Hauptprodukt unterscheiden – vom Standardzeitungspapier bis zu einem Offsetpapier mit 80 g/m².

Geheftete und beschnittene Prospekte und Zeitungen

Sichtbar wertvoller: Wenn Prospekte oder Zeitungen einen etwas hochwertigeren Eindruck vermitteln sollen, können sie bei Schenkelberg beschnitten werden; beim halben Berliner Format ist auch eine Heftung möglich. Dadurch gewinnt die Werbung oder das Verlagsprodukt sichtbar an Wert, ohne dabei auf die Vorteile des Zeitungsdruckes verzichten zu müssen.

BLICKPUNKT
DIE ZEITUNG ZUM WOCHENENDE

Blickpunkt Verlag GmbH & Co. KG
Tuchmacherstraße 45-50 · 14482 Potsdam
Tel.: +49 (0)331 50596-00 · Fax: +49 (0)331 50596-99
Internet: www.blickpunkt-brandenburg.de
E-Mail: potsdam@blickpunkt-brandenburg.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Anzeigenwesen

Blickpunkt Verlag GmbH & Co. KG
(im folgenden Auftragnehmerin)

1. „Anzeigenauftrag" im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. 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 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.

7. 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.

8. 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 Gesetz 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. 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. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. 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.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei nicht vollständigem 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 angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. 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. Ein Werbeerfolg (z. Bsp. mehr Umsatz) wird keinesfalls geschuldet. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschläge gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. 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 laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. 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.

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

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden. Preisminderungsansprüche sind 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.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen 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 das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 100 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.

19. Die Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Allgemeine Verbraucherschlichtungsstelle

Zur Beilegung von Streitigkeiten bezüglich unserer Leistungen können Sie als Verbraucher ein Schlichtungsverfahren bei der bundesweiten Allgemeinen Verbraucherschlichtungsstelle beantragen. Voraussetzung dafür ist, dass Sie sich vorher mit unserem Kundenservice in Verbindung gesetzt haben und keine beidseitig zufriedenstellende Lösung gefunden wurde. Unser Unternehmen hat sich zur Teilnahme an einem solchen Schlichtungsverfahren vor der bundesweiten Allgemeinen Verbraucherschlichtungsstelle freiwillig bereit erklärt.

Die bundesweite Allgemeine Verbraucherschlichtungsstelle erreichen Sie unter folgender Adresse: Allgemeine Verbraucherschlichtungsstelle des Zentrums für Schlichtung e.V., Straßburger Straße 8, 77694 Kehl am Rhein, Telefon: 07851 79579-40, Fax: 07851 79579-41, Internet: www.verbraucher-schlichter.de, E-Mail: mail@verbraucher-schlichter.de

Gemäß § 4 Abs. 1 Verbraucherstreitbeilegungsgesetz gelten die Vorschriften zur Schlichtung durch die Allgemeine Verbraucherschlichtungsstelle nur für Verbraucher im Sinne des Bürgerlichen Gesetzbuches.

21. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. 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, zum 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Neue Preislisten treten zum Gültigkeitsstichtag in Kraft. Dies gilt auch für laufende Abschluss-Aufträge.

b) Bei Konkurs oder Zwangsvergleich erlischt jeder Anspruch auf Nachlass.

c) Der Verlag behält sich das Recht vor, für besondere Werbeformen oder Auftragsbedingungen sowie für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise und Sonderformate entsprechend den besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren. Ebenso sind ab einer Jahresauftragsmenge von 30.000 mm vertragliche Sondervereinbarungen möglich.

d) Bei Auftragserteilung über Werbungsmittler erfolgt die Annahme und Berechnung zu den jeweiligen Grundpreisen. Bei Auftragserteilung ohne Einschaltung von Werbungsmittlern erfolgen Annahme und Berechnung zu den jeweiligen Direktpreisen.

e) Ein Anspruch auf Kundenrabatte besteht nur bei Abschluss eines inserentenbezogenen Jahresauftrages. Für jede Ausgabe oder Kombination ist ein gesonderter Abschluss zu tätigen, wobei Abschluss-Unter-/Teilausgaben ebenfalls rabattiert werden, aber zur Abschlusserfüllung nicht mitzählen.

f) Platzierungsvorschriften, wonach Anzeigen an einem bestimmten Platz erscheinen sollen, werden vom Verlag nur als Wunsch, nicht als Bedingung eines Auftrags entgegengenommen.

g) Der Verlag behält sich vor, Anzeigen mit begrenzter Reichweite auch in anderen Ausgaben erscheinen zu lassen, wenn dies zu einer technischen Vereinfachung führt. Gleiches gilt auch für die Veröffentlichung im Internet.

h) Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. fernmündlich veranlassten Änderungen sowie bei undeutlich geschriebenen Manuskripten übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.

i) Ansprüche bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen sind dann ausgeschlossen, wenn der Inserent die Möglichkeit hatte, vor Druckunterlagenschluss der nächstfolgenden Ausgabe auf den Fehler hinzuweisen.

j) Abbestellungen müssen schriftlich oder unter Vorlage eines Ausweises erfolgen und bis zum Rücktrittsschluss, der u.U. auch vor Anzeigenschluss liegt, vorliegen. Bei Abbestellung von Anzeigen kann der Verlag die in der Druckvorstufe entstandenen Kosten berechnen.

k) Fälle höherer Gewalt wie auch Arbeitskampfmaßnahmen oder Rohstoffverknappung entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.

l) Der Verlag übernimmt keinerlei Verantwortung für rechtliche Zulässigkeit und sachgemäße Inhalte von Anzeigen und Beilagen sowie für die Abfassung von Anzeigentexten. Der Auftraggeber steht für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen ein; dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. 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.

m) Der Verlag beansprucht für die von ihm gestalteten Anzeigen Urheberrecht. Anderweitige Veröffentlichungen bedürfen der Genehmigung des Verlages.

n) Im Rahmen der Geschäftsbedingungen bekannt gewordene Daten werden EDV gestützt bearbeitet und gespeichert. Die Daten werden zu keinen anderen Zwecken als zu den Vertragszwecken verwendet (gemäß § 33, Absatz 1 und § 34 Absatz 1 Bundesdatenschutzgesetz).

o) Alle Geschäftsbedingungen, die den Bereich Druckunterlagen oder Probeabzüge betreffen, gelten auch für per Fernübertragung übermittelte oder auf Datenträgern zur Verfügung gestellte digitale Datensätze.

p) 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.

q) Beanstandungen und Reklamationen über eine nicht vertragsgerechte Ausführung einer Verteilung auch von Beilagen/Werbeprospekten können nur berücksichtigt werden, wenn sie innerhalb von drei Werktagen nach der entsprechenden Verteilung mit konkreten Hinweisen zu Ort, Straße und Anschrift sowie einer kurzen Beschreibung der Umstände beim Verlag eingehen. Begründete Beanstandungen bestehen, wenn ganze Straßenzüge oder Verteilgebiete nachweislich nicht verteilt wurden. Wie allgemein üblich gelten hierbei bis zu 10 % nicht verteilter Exemplare, Beilagen/Werbeprospekte bezogen auf die Gesamtanzahl nicht als Mangel.

r) Bei Beilagen/Werbeprospekten unterschiedlicher Firmen, welche bereits ineinander gesteckt angeliefert werden, zählt jede dieser Beilagen/Werbeprospekte einzeln und wird einzeln nach Preisliste abgerechnet.

s) Mit Erteilung des Anzeigenauftrages bzw. Beilagenauftrages erkennt der Auftraggeber die Preisliste, die Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages an. Die zusätzlichen Geschäftsbedingungen gehen im Zweifelsfall den allgemeinen Geschäftsbedingungen vor.