

# Business-Präsente und Werbeartikel

Mit der Wirtschaftskombi auf direktem Weg  
zu Ihrer Zielgruppe in Nordwestdeutschland

6. Ausgabe



Mit einer  
Auflagenzahl  
von über  
**165.000**  
Exemplaren

# Business-Präsente und Werbeartikel

## Mediadaten

### Überregional, attraktive Konditionen, ohne Streuverluste!

#### Wer teilnimmt, profitiert ...

**165.000 Entscheidungsträger** aus der mittelständischen Wirtschaft in Nordwestdeutschland freuen sich auf einen attraktiven Überblick über das Angebot der Werbemittelbranche.

Diese Sonderpublikation liegt bereits erfolgreich in der **6. Auflage** vor. In Kooperation mit neun starken Wirtschaftstiteln wird Ihr Angebot direkt auf den Schreibtisch von Unternehmern und Führungskräften geliefert. Sie erreichen also auf einen Schlag 165.000 Unternehmensentscheider in Nordwestdeutschland.

#### Profitieren Sie von attraktiven Konditionen!

Sie wollen viel Reichweite zu einem unschlagbaren Preis? Bekommen Sie – mit nur einer Buchung! Durch die Kombination aus neun Wirtschaftstiteln mit einer Gesamtauflage von **165.000 verteilten Exemplaren** (Verlagsangaben) erreicht Ihr Angebot Ihre potenziellen Kunden auch außerhalb regionaler Reichweiten.

Darüber hinaus bieten wir Ihnen einen Kombi-Preis mit einer **Super-Ersparnis** gegenüber einer regulären Kombi-Buchung aller neun Titel.

#### Schalten Sie Werbung, die sich auszahlt!

Präsentieren Sie Ihr Angebot als Sortimentsübersicht oder repräsentative Auswahl. Wir bieten Ihnen dafür die **3-fache Reichweite** und der Preis bleibt unverändert.

#### Viel Erfolg wünscht Ihnen

Ihr  
**Hamburger Buch- und Zeitschriftenverlag**

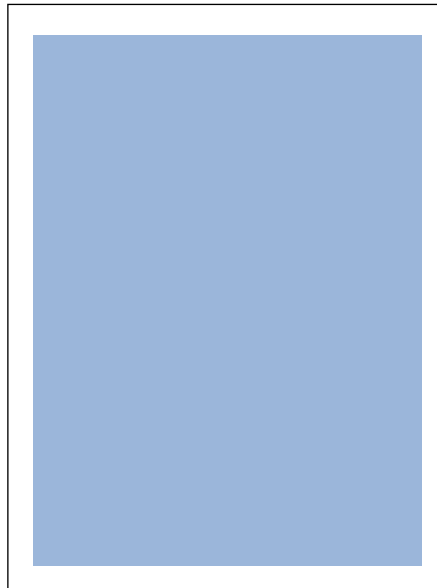
**PS: Ein TKP von ca. 11,00 € wird alle Mediaverantwortlichen aufhorchen lassen.**

# Formate und Preise

## 1/1 Seite Anzeige / Präsentation

Format: 185 x 272 mm  
im Satzspiegel

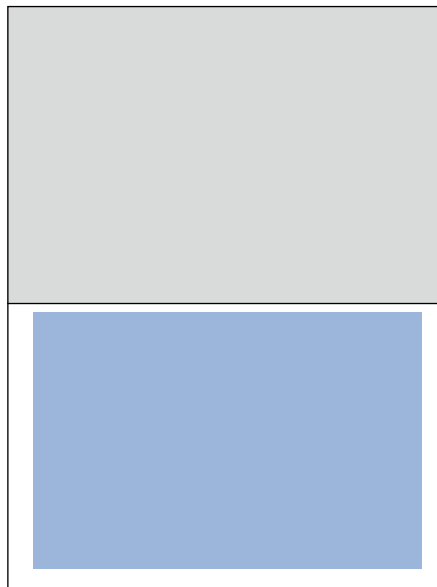
Preis: 1.850,00 € (netto)



## 1/2 Seite Anzeige / Präsentation

Format: 185 x 132 mm  
im Satzspiegel

Preis: 980,00 € (netto)



## Anzeigen Umschlagsseite

### Umschlagsseite 2 oder 3

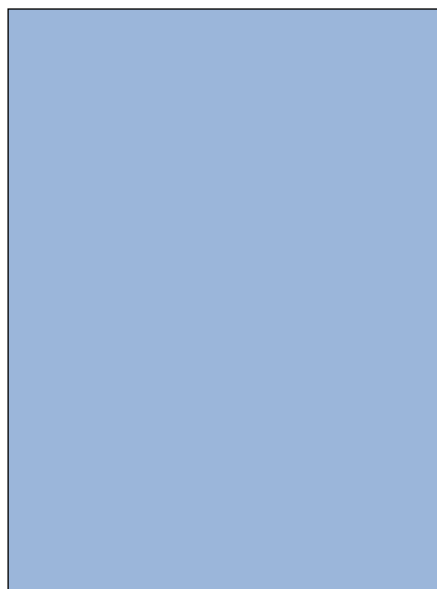
Format: 210 x 297 mm  
(+3 mm Beschnitt ringsum)

Preis: 2.100,00 € (netto)

### Umschlagsseite 4

Format: 210 x 297 mm  
(+3 mm Beschnitt ringsum)

Preis: 3.700,00 € (netto)



## Daten und Fakten

<b>Erscheinungsgebiet</b>	<p>Die Beilage erscheint in den Wirtschaftstiteln der kooperierenden Verlage:</p> <p>DIE WIRTSCHAFT Osnabrück   Emsland, 17.000 Exemplare DIE WIRTSCHAFT Münster   Münsterland, 17.000 Exemplare DIE WIRTSCHAFT   Oldenburger Land, 12.500 Exemplare DIE WIRTSCHAFT   Bremen und Bremerhaven, 15.000 Exemplare HAZ-Wirtschaftszeitung   Hannover, 17.000 Exemplare NORD WIRTSCHAFT   Metropolregion Hamburg, 25.000 Exemplare DIE WIRTSCHAFT   Lübeck und Schleswig-Holstein, 12.000 Exemplare OWL WIRTSCHAFT   Ostwestfalen, 20.000 Exemplare WIRTSCHAFT in Nordrhein-Westfalen   NRW, 26.500 Exemplare</p>
<b>Erscheinungstermin</b>	ab 23. August 2016 (verlagsabhängig)
<b>Anzeigenschluss</b>	27. Juli 2016
<b>Druckunterlagenschluss</b>	1. August 2016
<b>Auflage</b>	162.000 verteilte Exemplare + 3.000 Exemplare Mehrdruck (Verlagsangabe)
<b>Aufmachung</b>	Zeitungspapier mit Glanzumschlag
	Der <a href="#">Hamburger Buch- und Zeitschriftenverlag</a> übernimmt die Konzeption und Gestaltung im redaktionellen Erscheinungsbild. Sie bestimmen Inhalt und Aussage der Präsentation, die Sie Ihren potenziellen Kunden oder Interessenten vermitteln möchten. Gern veröffentlichen wir den von Ihnen autorisierten Artikel.
<b>Provisionen und Rabatt</b>	Nicht provisions- und rabattfähig

## Kontakt / Verlagsangaben

<b>Herausgeber</b>	<p><a href="#">Hamburger Buch- und Zeitschriftenverlag GmbH</a> Doormannsweg 22 20259 Hamburg Telefon: 040/414 33 38-30 Fax: 040/414 33 38-18 E-Mail: <a href="mailto:info@hbzv.com">info@hbzv.com</a></p>
<b>Anzeigenvertriebsleitung</b>	<p><a href="#">Caroline Lange</a> Telefon: 040/414 33 38-17 Fax: 040/414 33 38-18 E-Mail: <a href="mailto:caroline.lange@hbzv.com">caroline.lange@hbzv.com</a></p>



## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel

1. Allgemeines: „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende allgemeine Geschäftsbedingungen werden, selbst bei Kenntnis, nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, ihrer Geltung wird ausdrücklich schriftlich zugestimmt. Neben diesen Geschäftsbedingungen sind die jeweiligen Auftragsbestätigungen und die jeweils gültige Preisliste für jeden Auftrag maßgebend.

2. Zustandekommen des Vertrages: Der Verlag ist berechtigt, das in einer Bestellung liegende Vertragsangebot innerhalb von zwei Wochen nach Eingang bei ihm anzunehmen; dies gilt auch, wenn der Auftrag über einen Dritten (z. B. Anzeigenverkäufer) aufgegeben wird. Die erforderliche Annahme kann entweder ausdrücklich schriftlich oder stillschweigend durch Beginn der Ausführung des Auftrages erklärt werden. Sämtliche zusätzliche Vereinbarungen bedürfen der Schriftform und der Bestätigung durch den Verlag. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Aufträge für Beilagen und Beihefter oder andere Sonderwerbformen sind erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung durch den Verlag bindend. Aufträge, die beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nur bei vorheriger ausdrücklicher Vereinbarung angenommen. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

Der Verlag behält sich vor, Aufträge nach einheitlichen Maßstäben auch nach Vertragsschluss abzulehnen bzw. vom Vertrag zurückzutreten, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder wenn Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber 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 von allen Ansprüchen Dritter frei, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Verlag ist berechtigt, Werbung für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusicherung

des Vertriebsleiters oder sonst dafür Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und/oder auf Kosten des Auftraggebers die Werbevorbereitung von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Anzeigenaufträge sind binnen Jahresfrist nach Vertragsabschluss abzuwickeln.

3. Preise und Zahlung: In der Anzeigenpreisliste aufgeführte Preisnachlässe gelten nur innerhalb eines Jahres ab dem Erscheinen der ersten Anzeige und bei Schaltung aller für den Nachlass erforderlichen Anzeigen. Ändern sich die Anzeigenpreise, so treten gegenüber Kaufleuten die neuen Preise sofort in Kraft, es sei denn, der Auftraggeber und der Verlag haben etwas anderes vereinbart. Gegenüber Verbrauchern treten Preisänderungen nur in Kraft, wenn der Auftrag nicht innerhalb von drei Monaten nach Vertragsschluss durchgeführt werden soll. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Sonderwerbformen, wie z. B. Sammel-(Verbund-)Anzeigen, Beihefter oder Beilagen, sowie für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen, Kollektiven sowie Prospektanzeigen Sonderkonditionen zu vereinbaren.

Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

Die Stornierung des Anzeigenauftrages bis Anzeigenschlusstermin ist für den Auftraggeber kostenfrei. Storniert der Auftraggeber nach dem Anzeigenschlusstermin, stellt der Verlag eine Rechnung in Höhe von 50 Prozent des S-W-Anzeigenpreises. Eine Stornierung nach Druckunterlagenschluss ist ausgeschlossen.

Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt. Der Auftraggeber trägt die Kosten für von ihm veranlasste Arbeiten und weitergehende Leistungen des Verlages, wie z. B. Erstellung von Druckvorlagen, Änderungen an überlassenen Unterlagen etc.. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Alternativ dazu kann der Verlag mit dem Zahlungspflichtigen eine SEPA-Firmen-

Lastschrift vereinbaren. Der Einzug der Lastschrift erfolgt dann zum Rechnungsdatum. Bei wiederkehrenden Lastschriften mit definierten Lastschriftbeträgen erfolgt gegenüber dem Zahlungspflichtigen 14 Tage vor dem Lastschritteinzug eine einmalige Unterrichtung (Pre-Notification) mit Angabe der Fälligkeitstermine. Ändert sich der Fälligkeitstag oder Rechnungsbetrag, erfolgt hierüber eine neue Pre-Notification. Der Zahlungspflichtige sichert zu, für die Deckung des Kontos zu sorgen. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung oder Lastschrift werden nach der Preisliste gewährt. Bei Überschreitung der Zahlungsfrist fallen Verzugszinsen in der gesetzlichen Höhe an. Bei Verzug hat der Verlag einen Anspruch auf Zahlung einer Pauschale in Höhe von 40 Euro. Dies gilt auch, wenn es sich bei der Entgeltforderung um eine Abschlagszahlung oder sonstige Ratenzahlung handelt. Kosten, die aufgrund von Nichteinlösung oder Rückbuchung einer Lastschrift entstehen, gehen zulasten des Zahlungspflichtigen. Der Verlag ist berechtigt, einen höheren Schaden nachzuweisen und geltend zu machen. Ferner kann der Verlag bei Zahlungsverzug die Erbringung weiterer Leistungen von Vorkasse abhängig machen. Der Auftraggeber kann ohne Angabe von Gründen für einzelne Aufträge und Verträge Vorkasse verlangen.

Bei Bekanntwerden begründeter Zweifel an den Vermögensverhältnissen 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 Rechnungsbetrages und von dem Ausgleich etwaig offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Etwaig gewährte Nachlässe aufgrund zukünftig geplanter oder beauftragter Anzeigen entfallen. Ein Auflagenrückgang berechtigt nur dann zu Preisminderungen, wenn die verbreitete Auflage um mehr als 20 % sinkt. Darüber hinaus sind bei Auflagenrückgängen Minderungs- und Schadensansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag den Auftraggeber so rechtzeitig über das Absinken der Auflage benachrichtigt hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag hätte zurücktreten können oder der Verlag die kostenfreie Stornierung innerhalb einer angemessenen Frist (über die Folge des Ablaufs der Frist ist der Auftraggeber in dem entsprechenden Schreiben ausdrücklich zu informieren) angeboten hat.

Die Werbungsmitler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

4. Auftragsdurchführung: Die Aufträge und alle für ihre Durchführung erforderlichen Unterlagen oder digitalen Druckunterlagen müssen bei dem Verlag so rechtzeitig vor Anzeigen- bzw. Druckvorlagenschluss eingehen, dass der Verlag deren Inhalt sowie die Durchführbarkeit des Auftrages in angemessener Frist prüfen und 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.

Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen der Beilage/Beihefter oder anderer Sonderwerbformen ist der Auftraggeber verantwortlich. Die tonwertrichtige Wiedergabe bei Farbanzeigen setzt genaue Farbangaben vom Auftraggeber voraus. Bei mehrfarbigen Anzeigen hat der Auftraggeber außerdem Andrucke mitzuliefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen oder andere Werbeformen fordert der Verlag nach Erkennen in angemessener Frist Ersatz an. Erfolgt keine einwandfreie Lieferung durch den Auftraggeber, druckt der Verlag die Anzeige in der Qualität ab, die die vorgelegte Druckvorgabe erlaubt. Kann der Verlag etwaige Mängel der Unterlagen nicht sofort erkennen, sondern werden diese erst beim Druck deutlich, so hat der Auftraggeber bei fehlerhaftem oder ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gilt auch bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Drucklegung der nächsten Anzeige auf den Fehler hinweist.

Liefert der Auftraggeber die erforderlichen Unterlagen nicht oder nicht rechtzeitig, kann der von ihm bestellte Anzeigenplatz mit den entsprechenden Mindestangaben aus seinem geplanten Anzeigenauftrag versehen und vom Auftragnehmer gestaltet werden. Die Zahlungspflicht des Auftraggebers bleibt hiervon unberührt. Der Verlag ist berechtigt, in diesem Fall auch die Durchführung des Auftrages abzulehnen. Der Auftraggeber hat in diesem Fall eine Vergütung in der Höhe zu zahlen, als hätte er die Anzeige nach Anzeigenschluss storniert.

Probeabzüge werden dem Auftraggeber nur auf ausdrücklichen bis zum Anzeigenschluss geäußerten Wunsch geliefert. Für die Richtigkeit der an den Verlag zurückgeschickten Korrekturen an den Probeabzügen trägt der Auftraggeber die alleinige Verantwortung. Treffen die Probeabzüge nicht innerhalb der vereinbarten Frist beim Verlag ein, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

Vom Auftraggeber übersandte Unterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber unfrei und auf dessen Gefahr zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet zwei Monate nach Ablauf des Auftrages. Zu viel angelieferte Prospekte werden – falls nicht anders vereinbart – nach Ablauf eines Monats vernichtet. Der Auftraggeber hat ein Rückgabebegehren unverzüglich nach Durchführung des Auftrages anzuzeigen. 14 Tage nach Durchführung des Auftrages geht die Lagergefahr auf den Auftraggeber über.

Nach Anzeigenschluss sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich.

Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich veranlassten Änderungen sowie bei Fehlern, die auf undeutliche Niederschrift zurückzuführen sind, haftet der Verlag nicht für die richtige Wiedergabe. Der Auftraggeber kann bis zum Druckvorlagenschluss den Wunsch äußern, mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg zu erhalten. Der Verlag überlässt diesen nach seiner Wahl je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages in Form von Anzeigenausschnitten, Belegseiten oder vollständigen Belegnummern. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine verbindliche Bescheinigung des

Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

Wurde der Auftraggeber abgemahnt, gegen ihn eine einstweilige Verfügung erlassen oder hat er für die Leistungen seines Auftrages bereits eine Unterlassungserklärung abgegeben, hat er den Verlag hierüber mit einer Handlungsanweisung unverzüglich zu informieren. Unterbleibt diese Information, haftet er dem Verlag für etwaige Schäden und hat selbst keinen Anspruch gegen den Verlag wegen etwaiger weiterer Veröffentlichungen.

5. Platzierung von Anzeigen/Kennzeichnung: Für die Aufnahme von Anzeigen, Beilagen oder Beiheftern an bestimmten Plätzen der Zeitschrift übernimmt der Verlag keine Gewähr, sofern dies nicht ausdrücklich schriftlich vereinbart wurde.

Der Verlag übernimmt keine Gewähr, wenn durch eine verspätete Anlieferung der Druckunterlagen vereinbarte Platzierungen nicht eingehalten werden können oder eine Minderung der Druckqualität eintritt.

Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Dies gilt entsprechend für zusätzliche Verlagsangaben im Redaktionsteil.

6. Mängelansprüche und Haftung: Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Nicht termingerechte Lieferung von Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf die Platzierung, letzteres auch auf die Druckqualität verursachen.

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. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

Bei Fällen höherer Gewalt, wie insbesondere Betriebsstörungen, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeine Knappheit von Rohstoffen und Energie – sowohl im Betrieb des Verlages als auch bei Dritten, die mit der Erfüllung des Vertrages befasst sind – hat der Verlag Anspruch auf die vereinbarte Vergütung, wenn der Auftrag mit mindestens 80 % der vereinbarten Auflage erfüllt wurde. Ansonsten reduziert sich die Vergütung entsprechend, wobei 80 % der Auflage als Basis für 100 % der Vergütung dienen. Es erlischt damit jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz, insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.

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 Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrags (Rücktritt). Bei einer nur geringfügigen Vertragswidrigkeit, insbesondere bei nur geringfügigen Mängeln, steht dem Auftraggeber jedoch kein Rücktrittsrecht zu. Hat der Kunde aufgrund bestimmter Umstände, wie z. B. Ablauf einer im Werbemittel gesetzten Frist, kein Interesse mehr an der Veröffentlichung einer Ersatzanzeige, stehen ihm die vorstehenden Rechte sofort zu.

Bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen beschränkt sich die Haftung des Verlages auf den nach der Art der Leistung vorhersehbaren, vertragstypischen, unmittelbaren Durchschnittsschaden. Dies gilt auch bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen der gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen. Gegenüber Unternehmen haftet der Verlag bei leicht fahrlässiger Verletzung unwesentlicher Vertragspflichten nicht. Der Verlag haftet nicht für entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen und sonstige mittelbare und unmittelbare Folgeschäden. Bei unerheblichen Pflichtverletzungen ist jegliche Haftung des Auftragnehmers ausgeschlossen.

Schadenersatzansprüche des Kunden wegen eines Mangels verjähren nach einem Jahr ab Veröffentlichung der Anzeige oder der anderen Werbeform. Dies gilt nicht, wenn dem Verlag grobes Verschulden vorwerfbar ist sowie im Falle von zurechenbaren Körper- und Gesundheitsschäden oder bei Verlust des Lebens des Auftraggebers.

Unternehmen müssen dem Verlag offensichtliche Mängel innerhalb einer Frist von zwei Wochen ab Schaltung der Anzeige oder Veröffentlichung der Werbeform anzeigen; andernfalls ist die Geltendmachung des Gewährleistungsanspruchs ausgeschlossen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung. Den Auftraggeber trifft die volle Beweislast für sämtliche Anspruchsvoraussetzungen, insbesondere für den Mangel selbst, für den Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und für die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge.

7. Schlussbestimmungen: Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Bestimmungen des UN-Kaufrechts sowie des deutschen internationalen Privatrechts finden keine Anwendung.

Ist der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus diesem Vertrag der Sitz des Verlages. Dasselbe gilt, wenn der Auftraggeber keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland hat oder Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt im Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt sind.

Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages mit dem Auftraggeber einschließlich dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die ganz oder teilweise unwirksame Regelung soll durch eine Regelung ersetzt werden, deren wirtschaftlicher Erfolg dem der unwirksamen möglichst nahe kommt.

(Stand: November 2015)