

2010

Anzeigenpreisliste Nr. 5

PZN: 594825

Gültig ab 01.01.2010

INHALT

Titelporträt	2
Verlagsangaben	3
Technische Angaben, Rabatte	4
Anzeigenformate und -preise	5
Beilagen, Beihefter, Beikleber	6
Terminkalender	7
Geschäftsbedingungen	8



Katzen
extra

WAZ
ZEITSCHRIFTEN
MARKETING
Medien für Millionen



- **KATZENextra** ist das Magazin für den engagierten Rasse- und Hauskatzenhalter.

Katzenzüchter finden umfassende, kompetente Unterstützung für ihr Hobby.

Fachlich hohes Niveau und eine breite, informative Themenpalette mit vielen Insidertipps und Tricks machen **KATZENextra** seit über 30 Jahren zum „Must-have“ für Katzenbesitzer.

- Der intensive Einstieg in die Themenbereiche Medizin, Naturheilkunde, Ernährung, Verhalten, Zucht und Genetik wird von den meist erfahrenen Katzenhaltern hoch geschätzt.
- In jeder Ausgabe von **KATZENextra** wird eine Katzenrasse ausführlich in Bild und Text dargestellt.
- Meldungen aus Forschung, Medizin und Industrie und der Terminkalender halten die Leser auf dem Laufenden.

3 Verlagsangaben



Anzeigen: WAZ Zeitschriften Marketing GmbH & Co. KG

Anschrift: Münchener Straße 101/09
85737 Ismaning

Telefon: (089) 27 27 0-79 42

Telefax: (089) 27 27 0-79 91

Anzeigenleitung: Sonja Haase -79 24
E-Mail: sonja.haase@waz-zeitschriften.de

Anzeigenverkauf: Elisabeth Plomitzer-Kanzler -79 47
E-Mail: elisabeth.plomitzer@waz-zeitschriften.de

Auftragsabwicklung: Claudia Sengmüller -79 27
E-Mail: claudia.sengmueller@waz-zeitschriften.de

Internet: www.katzen-extra.de
www.waz-zeitschriften.de

Bankverbindung: Deutsche Bank AG Essen
Konto-Nr. 2800 761 00
BLZ 360 700 50
SWIFT-Code(BIC): DEUTDE33
IBAN: DE06 36070050 0 280076100

Erscheinungsweise: monatlich

Druckauflage: 33.000 Exemplare

Zahlungsbedingungen: Zahlung innerhalb von 8 Tagen mit 2% Skonto, sofern nicht ältere Rechnungen überfällig sind, oder 30 Tage rein netto ohne Abzug.

Es können sich Entgeltminderungen aufgrund von Rabattvereinbarungen ergeben. Dies wird vom Verlag je Kunde einzeln ausgewiesen.



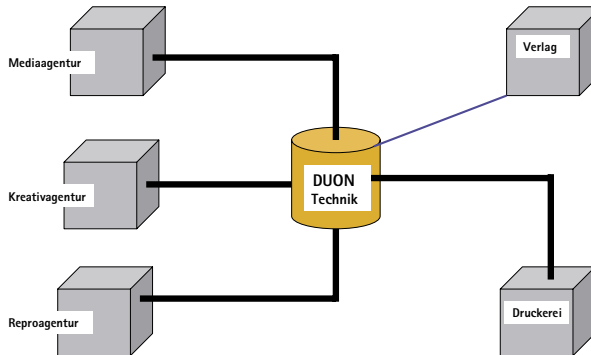
Die in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Verlage angegebenen Ansprüche auf Gewährleistung sind wirksam bei der Einhaltung der im DUON-Portal angegebenen, zertifizierten technischen Anforderungen und Standards. Dies gilt auch bei einer prooflosen Datenanlieferung.

Technische Angaben:

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben finden Sie unter: www.duon-portal.de

Anlieferung Druckunterlagen :

Alle Druckunterlagen sind elektronisch über das Druckunterlagenportal www.duon-portal.de anzuliefern. Support erhalten Sie unter: support@duon-portal.de oder direkt unter Tel.: 040 / 374117 - 50



Anzeigenbuchungen Print und Online können auch über das Online-Booking-System (OBS) übermittelt werden.
www.obs-portal.de

PZN: 594 825

Druckunterlagen:

Digitale Anlieferung per ISDN/E-Mail oder auf Datenträger.
Für den Offset-Euro-Standard aufbereitete Anzeigen im TIFF-, JPG- oder PDF-Format; Auflösung 300 dpi.

Das Reklamationsrecht erlischt bei Nichteinhaltung des Datenanlieferungstermins sowie bei Nichteinhaltung der aufgeführten Punkte, Datenfehlern und bei Farbraumdifferenzen (z.B. Tiefdruckdaten und -proof bei einer Offsetschaltung).

Nachlässe:

Mengenstaffel

ab 1 Seite	3%
ab 3 Seiten	5%
ab 6 Seiten	10%
ab 9 Seiten	12%
ab 12 Seiten	15%
ab 18 Seiten	18%
ab 24 Seiten	20%

Malstaffel

ab 3 Anzeigen	3%
ab 6 Anzeigen	5%
ab 9 Anzeigen	10%
ab 12 Anzeigen	15%

Kontakt: WAZ Zeitschriften Marketing GmbH & Co. KG
Claudia Sengmüller
Münchener Straße 101/09 · 85737 Ismaning
Telefon (089) 27 27 0 - 79 27
Telefax (089) 27 27 0 - 79 92
E-Mail: claudia.sengmueller@waz-zeitschriften.de

5 Anzeigenformate und -preise

Größe in Seitenteilen		Satzspiegel		Angeschnittene Anzeigen		Preise
		Breite mm	Höhe mm	Breite mm	Höhe mm	
		Beschnittzugabe seitlich sowie oben und unten je 3 mm				Für alle Farben
						EUR
1/1		185	252	210	280	2.000,-
1/2	hoch	90	252	105	280	1.000,-
	quer	185	122	210	136	
1/3	hoch	58	252	72	280	670,-
	quer	185	80	210	94	
1/4	hoch, einspaltig	43	252			500,-
	normal, zweispaltig	90	122			
	quer, vierspaltig	185	60			

Millimeterpreise

Gewerbliche Anzeigen	Spaltenbreite einspaltig/43 mm, zweispaltig/90 mm	
	Mindesthöhe einspaltig/25 mm, zweispaltig/15 mm	
	Preis pro mm/Spalte:	schwarz-weiß
		4-c
Züchter, Vereine, Verbände	Preis pro mm/Spalte:	schwarz-weiß, 4-c
		1,90 EUR/pro Spalte/pro mm Höhe
		2,40 EUR/pro Spalte/pro mm Höhe
		1,30 EUR/pro Spalte/pro mm Höhe

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

6 Beilagen, Beihefter, Beikleber



Beilagen		Mindestauflage 10.000 Exemplare		
Mindestformat:	105 x 148 mm	Preis je angefangene 1.000 Exemplare:	bis 25 g	75,- EUR
Höchstformat:	200 x 270 mm		bis 50 g	95,- EUR

Beihefter		Nur Belegung der Gesamtauflage möglich		
Mindestformat:	105 x 148 mm	Preis je angefangene 1.000 Exemplare:	bis 4 Seiten	82,- EUR
Höchstformat:	200 x 270 mm		bis 8 Seiten	99,- EUR

Beigeklebte Postkarte		Nur Belegung der Gesamtauflage möglich		
Zusätzlich zu den Kosten der Trägeranzeige (Mindestformat 1/1 Seite)		Preis je angefangene 1.000 Exemplare:	Postkarte	36,- EUR

Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage

Bei Belegung der Abo-Auflage fallen zusätzlich postbedingte Handlingsgebühren an.

Disposition so früh wie möglich erbeten. Die Vorlage eines Musters ist bei der Auftragserteilung erwünscht, muss aber spätestens einen Monat vor Erstverkaufstag erfolgen. **Der Auftrag wird für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und dessen Billigung verbindlich.**

Versandanschrift: Druckerei Stürtz GmbH
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg
Anlieferung frei Haus

7 Terminkalender 2010



Heft-Nr.	Erstverkaufstag	Anzeigenschluss- und Rücktrittstermine	Druckunterlagenchluss Datenanlieferung	Anlieferung Ad-Specials
02	Mi. 27.01.10	16.12.09	21.12.09	05.10.10
03	Mi. 24.02.10	25.01.10	23.01.09	04.02.09
04	Mi. 24.03.10	22.02.10	24.02.10	03.03.10
05	Mi. 28.04.10	24.03.10	26.03.10	07.04.10
06	Mi. 26.05.10	21.04.10	23.04.10	03.05.10
07	Mi. 30.06.10	26.05.10	29.05.10	09.06.10
08	Mi. 28.07.10	28.06.10	30.06.10	07.07.10
09	Mi. 25.08.10	26.07.10	28.07.10	04.08.10
10	Mi. 22.09.10	23.08.10	25.08.10	01.09.10
11	Mi. 20.10.10	20.09.10	22.09.10	29.09.10
12	Mi. 24.11.10	22.10.10	25.10.10	03.11.10
01/11	Mi. 22.12.10	22.11.10	24.11.10	01.12.10

8 Geschäftsbedingungen



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und Zeitschriften

1. „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.
2. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme). Buchung und Bestätigung können auch über das OBS Online-Buchungssystem erfolgen (Info zu OBS finden Sie unter www.obs-post.de).
3. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers und/oder des Verlags nicht gewährt für Unternehmern, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingekauft, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige auszuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
4. 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 gewählten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.
5. Ist der Errechnung des Nachlasses ein Text-Millimetermetrischen Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Drucksrüst veröffentlicht werden können, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber der Nachlass abgerechnet werden kann, wenn der Auftrag auf Abruf eines Verkaufsauflages. Die Ablehnung von Anzeigen wird in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzuhellen, 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 unannehmlich ist.
9. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.
 - Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Modells und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Werbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmearklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verkaufsauflages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Der Anzeigenkunde ist ausschließlich verantwortlich für die Inhalte seiner Anzeigen. Dies gilt insbesondere für strafrechtliche und zivilrechtliche Verstöße, die ihre Ursache in dem Inhalt oder der Gestaltung der Anzeigen haben. Werden in Anzeigen Internetadressen oder Internetsinks angegeben, ist der Auftraggeber für die darüber erreichbaren Inhalte ausschließlich verantwortlich. Diese Verantwortlichkeit des Auftraggebers erstreckt sich insbesondere darauf, dass die in Anzeigen angegebenen Internetadressen oder Internetsinks weder direkt noch indirekt zu Seiten führen, die rechtsverletzende, strafbare, pornographische oder sonstige anstößige Inhalte aufweisen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die in der Anzeige verwendeten Internetadressen und Internetsinks für die Dauer des Anzeigenauftrages und der Wahrnehmbarkeit durch den geeigneten Leser zu überwachen, im Falle eines festgestellten Verstößes ihn betreffend Inhaft und/oder Link unverzüglich sperren und dem Verlag darüber Mitteilung machen.
10. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet ordnungsgemäß, insbesondere dem Format und dem technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckunterlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie der in der Preisliste angegebenen üblichen Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

11. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung.
12. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzangabe bzw. Ersatzverpflichtung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wird. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzangabe bzw. Ersatzverpflichtung zu verweigern, wenn:
 - diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
 - diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzangabe oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzangabe/ Ersatzverpflichtung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.
13. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist der Schaden nicht vorhersehbar. Die Haftung für vorhersehbare Schäden ist beschränkt. Bei Reklamationen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg mitgeteilt werden. Alle geltend gemachten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in ein Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzliches Verhalten beruhen.
13. 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 bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
14. Sind keine besonderen Großveranschlagungen gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
15. Die Rechnung ist der Auftraggeber spätestens am 15. Werktag nach dem Kontraktabschluss, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
16. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten des Verlags für den Zahlungsverzug und 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 oder Rückblick auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
17. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegexemplare oder vollständige Belegnummern erstellt. 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 oder Rückblick auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
17. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegexemplare oder vollständige Belegnummern erstellt. 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 oder Rückblick auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
18. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung Ziffer 18b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Anzeige beginnenden Intersertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieauflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 v. H., Garantieauflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H., Garantieauflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H., Garantieauflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 v. H., beträgt.
18. Aus einer Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 25 bleibt unberücksichtigt: Als Garantieauflage sind die Preisliste und andere Werbemittel der jeweiligen durchschnittlichen Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres.
19. Der Auftraggeber wird bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche 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.
- 18b. (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagen daten

- verfügfähig). Abweichend von Nummer 18a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagen daten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisermäßigung, wenn und soweit die Garantieauflage (Garantieauflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 25 bleibt unberücksichtigt.
- Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der VWW. Sie errechnet sich für das Intersertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Intersertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflage als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisermäßigung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengensteil und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisermäßigung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Bei Kombibuchungen werden alle beteiligten Objekte der jeweiligen Kombis gemeinsam betrachtet.
- Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenuntererschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Intersertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennetzes unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.
19. Betz. Ziffernanzeigen. Untertreffend.
20. 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 Mainverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei den Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
21. Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.
22. Preisänderungen für erteilte Aufzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausübt werden.
23. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen ein Konzernvertrag besteht, der mindestens einen der folgenden Punkte enthält: Der Konzern ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Auftrages vorliegen. Nachweis der Konzernzugehörigkeit ist späterer Nachweis kann rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.
- Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch der Konzernrabattvertrag.
24. 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 sonstigen Werbemittel. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Rechte aus dem Auftragsauftrag von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. 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 Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
25. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidrigen Beschlüssen oder anderen Umständen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieerzeugung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Druck befindlichen Auflage veröffentlicht wurde. Die Bezahlung der Anzeigen und die Bezahlung der Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesehene Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.