

Verlagsbedingungen für das Anzeigengeschäft

(AGB) der tz Werbe- und Anzeigenagentur GbR, Jahnstraße 32, 48529 Nordhorn

1. Allgemeines

1.1 Die nachfolgenden Bedingungen gelten für alle dem Verlag erteilten Auftragsaufträge. Entgegenstehenden Bedingungen des Kunden wird vorab und in Gänze widersprochen.

1.2 „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten („Auftraggeber“) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Auftragserteilung und Abwicklung

2.1 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.

2.2 Bei Abschluss ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der vorstehend genannten Frist auch über im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

2.3 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.

2.4 Der Verlag ist berechtigt, Auftragsaufträge im Rahmen seiner technischen und betrieblichen Möglichkeiten ebenfalls in einem Onlinedienst zu veröffentlichen.

2.5 Die Bestätigung einer bestimmten Platzierung bezieht sich jeweils auf die belegte Hauptausgabe. Soweit zu dieser Ausgabe lokale Wechsellagen gehören, behält sich der Verlag hier – auch für blattbreite Anzeigen ab 50 mm und unter 120 mm Höhe – eine andere Platzierung bzw. die Mitnahme an einem anderen Erscheinungstag vor.

2.6 Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – 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.

2.7 Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells 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.

2.8 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.

2.9 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.

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

2.11 Der Verlag behält sich das Recht vor, Auftragsaufträge, die keine gestalterischen Elemente enthalten, den Regelungen der Rechtschreibreform anzupassen, was auch für schriftliche Fließsatzanzeigenaufträge gilt. Änderungen des Auftrages, die zur Umsetzung der Rechtschreibreform notwendig sind, berechtigen den Auftraggeber nicht zur Reklamation und vermögen keine Ansprüche gegen den Verlag zu begründen.

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

2.13 Änderungen oder Stornierungen sind schriftlich mit genauer Angabe des Textes und der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschlussstermin, bei Beilagenaufträgen 10 Tage vor dem Streutermin (bei späterer Auftragserteilung unverzüglich), zu übermitteln. Bei Abbestellung gehen ggf. bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers.

2.14 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, die ihren Grund in einer unzulässigen inhaltlichen Gestaltung der Anzeige oder der Unzulässigkeit ihrer Verbreitung finden, freizustellen und entstehende Schäden zu ersetzen. Ansprüche des Verlages auf das vereinbarte Entgelt bleiben unberührt und sind lediglich um etwa ersparte Aufwendungen zu kürzen.

2.15 Durch Erteilung eines Auftrages verpflichtet sich der Auftraggeber, 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.

2.16 Wird der Auftraggeber abgemahnt und aufgefordert, bezüglich bestimmter Anzeigen (inhalte) eine Unterlassungsverpflichtungserklärung abzugeben, ist er verpflichtet, den Verlag unverzüglich und vor Abgabe der Erklärung schriftlich darüber zu informieren. Verletzt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, kann der Verlag schon aus diesem Grunde jede Mithaftung für einen Schaden verweigern, die dem Auftraggeber durch die Abmahnung und/oder eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeige (oder einer Anzeige, die in Bezug auf den Abmahnungsgrund inhaltlich gleich ist) entstehen.

2.17 Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Die Weiterleitung von Eingängen auf Ehemunsch- und Bekanntschaftsanzeigen erfolgt nur wöchentlich.

2.18 Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

2.19 Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, eingehende Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 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. Der Verlag behält sich vor, bei Stückzahlen ab 10 gewerblicher Zuschriften von einem Absender eine Weiterleitungsgebühr auf der Basis des jeweils gültigen Posttarifs zu berechnen.

2.20 Der Verlag ist nicht verpflichtet, im Chiffre-Dienst Zuschriften von Mitbewerbern auf dem Print-/Online- Anzeigenmarkt weiterzuleiten.

2.21 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zu-rückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

2.22 Vervielfältigte Druckunterlagen sowie montagefähige Papiervorlagen (z.B. Fotopapier) stehen dem Verlag mit Auftragserteilung zur freien Verfügung und unterliegen nicht der Aufbewahrungspflicht für Druckunterlagen.

3. Abnahmemenge, Preisgestaltung, Abrechnung

3.1 Das zu entrichtende Entgelt richtet sich nach der jeweils gültigen Anzeigenpreisliste des Verlages. Maßgeblich ist der zum Abdruckzeitpunkt gültige Preis, auch wenn bei Auftragserteilung eine frühere Preisliste zu Grunde lag.

3.2 Der Verlag gewährt Konzernrabatt, sofern eine Beteiligung von über 50% nachgewiesen wird. Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt. Keine Anwendung findet er z.B. beim Zusammenschluss verschiedener selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.

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

3.4 Die Gewährung vereinbarter oder aus der Preisliste ersichtlicher Nachlässe ist auflösend bedingt durch einen Zahlungsverzug des Auftraggebers, sofern er den Zeitraum von 4 Monaten überschreitet.

3.5 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht oder nicht vollständig durchgeführt, 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.

3.6 Der Auftraggeber 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 aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Die Ansprüche auf Nachvergütung oder Nachbelastung entfallen, wenn sie nicht binnen drei Monaten nach Ablauf des Abschlussjahres geltend gemacht werden.

3.7 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.

3.8 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.

3.9 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.

3.10 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 oder für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

3.11 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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

3.13 Formatabhängig werden Anzeigen als Beleg bereits auf die Rechnung gedruckt. Die angedruckten Anzeigen entsprechen inhaltlich und in der Gestaltung dem Abdruck in der Zeitung. Ein Anspruch auf einen Belegausschnitt besteht nicht.

4. Gewährleistung, Haftung

4.1 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigen 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.

4.2 Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

4.3 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 durchschnittlich 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 Exemplaren 20 v. H.

bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H.

bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H.

bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.

4.4 Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen, die erst beim Druckvorgang deutlich werden, begründen für den Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz wegen ungenügenden Abdrucks.

4.5 Fehlerhaft gedruckte Kenn- und Kontroll-Nummern beeinträchtigen den Zweck der Anzeige nicht und gelten nicht als Mangel.

4.6 Der Auftraggeber 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 schriftliche Richtigstellung seitens des Auftraggebers erfolgt ist.

4.7 Bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen beschränkt sich die Haftung des Verlages auf den nach der Art des Auftrages vorhersehbaren, vertragstypischen, unmittelbaren Durchschnittsschaden. Dieser ist der Höhe nach begrenzt durch das vereinbarte Anzeigenentgelt. Dies gilt auch bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen der gesetzlichen Vertreter des Verlages oder seiner Erfüllungsgehilfen.

4.8 Gegenüber Unternehmern haftet der Verlag bei leicht fahrlässiger Verletzung nicht wesentlicher Vertragspflichten nicht. Wesentlich ist eine Vertragspflicht nach der Rechtsprechung, wenn ihre Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und der Auftraggeber daher regelmäßig auf ihre Einhaltung vertrauen darf.

4.9 Diese Haftungsbeschränkungen gelten nicht bei dem Verlag zurechenbaren Körper- und Gesundheitsschäden oder bei dem Verlag zurechenbarem Verlust des Lebens des Auftraggebers. Die Haftung für das Fehlen zugesicherter Eigenschaften bleibt ebenfalls unberührt.

5. Schlussbestimmungen

5.1 Im Rahmen der Geschäftsbeziehung bekannt gewordene Daten werden mit Hilfe der EDV bearbeitet und gespeichert. Die Daten werden nach den Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes erhoben und zu keinen anderen Zwecken als zu den Vertragszwecken verwendet.

5.2 Für alle Ansprüche aus und im Zusammenhang mit diesem Vertrag gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland mit Ausnahme der Vorschriften über das internationale Privatrecht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

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

5.4 Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages mit dem Auftraggeber einschließlich dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung gilt die gesetzliche Lage, sofern nicht individualvertraglich ein Anderes vereinbart ist.

Kundeninformation / Verteilrichtlinien

der tz Werbe- und Anzeigenagentur GbR, Jahnstraße 32, 48529 Nordhorn

Um eine gute Verteilung zu gewährleisten, möchten wir Ihnen unseren Arbeitsablauf erklären, um evtl. Unklarheiten zu beseitigen.

Die Zustellung erfolgt über ortsansässiges Verteilpersonal, das regelmäßig und termingerecht in einem festen Zustellbezirk Ihre Werbung an die Haushalte bringt.

Jeder dieser Verteiler ist angewiesen pro Briefkasten 1 Exemplar einzuwerfen, unabhängig der Personen die in diesem Haushalt wohnen. Werbeverbote, die uns vorliegen oder am Briefkasten erkenntlich gemacht wurden, werden eingehalten. Ist ein Haus, in dem die Briefkästen innen angebracht sind, verschlossen, wird hier mehrmals geklingelt. Sollte hier nicht geöffnet werden, wird in diesem Haus nicht zugestellt.

Ausgenommen von der Verteilung sind Gewerbebetriebe, Büros, Geschäfte, Heime, Feriensiedlungen, Kasernen, Krankenhäuser, sowie Häuser auf Betriebs- und Werksgeländen. Hieraus ergibt sich

eine Differenz zu der mit postalischer Zustellung erreichbaren Anzahl von Haushalten im Zustellbezirk. Die Anzahl der belieferbaren Haushalte ist den Angaben in der Auftragsbestätigung zu entnehmen.

Was ist zu tun bei Beanstandungen?

Etwaige Reklamationen über eine erkennbare nicht korrekte Ausführung einer Verteilung müssen Ort, Straße und Hausnummer sowie Namen des Reklamierenden enthalten. Wir benötigen diese Angaben für unsere interne Reklamationsabteilung, um Beanstandungen schnellstmöglich zu bearbeiten. Bei begründeten Beanstandungen ist uns die Möglichkeit der Nachbesserung einzuräumen, z. B. durch eine Nachverteilung (sofern möglich). Rügen haben grundsätzlich schriftlich, per Telefax oder per Email zu erfolgen und müssen innerhalb von 3 Werktagen nach der Verteilung beim Auftragnehmer vorliegen. Diese kurze Frist ist unumgänglich, um den Verteilerfolg im beiderseitigen Interesse einigermaßen zuverlässig nachvollziehen zu können. Spätere Kontrollen lassen eine zuverlässige Nachprüfung nicht mehr zu, da Werbemittel als

Massenware in der Erinnerung der Zustellempfänger nur flüchtig verbleiben. Bei Befragungen hat der Auftraggeber entweder die verteilte Ware im Original vorzuzeigen oder am Telefon im Einzelnen zu beschreiben.

Zur Ermittlung von Mängeln in der Zustellquote werden die Ergebnisse der Auslieferungskontrollen des Auftraggebers vorab um die Ergebnisse der Nachkontrolle und die Anzahl der nachbelieferten Haushalte ergänzt. Haushalte, die nicht im Zustellbezirk gelegen sind, werden herausgerechnet. Ungenauigkeiten auf Grund von Fehlern im Erinnerungsvermögen der belieferten Personen und auf Grund von Repräsentationsdefiziten sind durch sachgerechte Aufschläge auf die ermittelten Auslieferungsquoten auszugleichen. Als Richtwerte gelten: bei telefonischer Befragung ist ein Aufschlag von 25%, bei persönlicher Befragung von 10% und bei so genannten „Marktbefragungen“ am Geschäftssitz des Auftraggebers von 19% vorzunehmen.

Zusätzliche Allgemeine Zustellbedingungen (AGB)

1. Allgemeines

Für alle mit dem Verlag, gleich auf welchem Wege, geschlossenen Zustellverträge gelten die nachfolgenden Geschäftsbedingungen ausschließlich. Sie bilden die Grundlage für alle gegenwärtigen und zukünftigen Geschäftsbeziehungen. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende allgemeine Geschäftsbedingungen unserer Vertragspartner gelten nicht.

2. Angebot, Annahme

2.1. Zustellaufträge werden erst nach Auftragsbestätigung / Zuschlagserteilung durch den Verlag bindend. Bis zur Auftragsbestätigung / Zuschlagserteilung sind unsere Angebote freibleibend. Der Verlag ist berechtigt, erteilte Zustellaufträge innerhalb einer Frist von zwei Wochen nach Eingang anzunehmen.

2.2. Vor oder spätestens bei Erteilung eines Auftrages soll dem Verlag ein Muster des zu verteilenden Prospektes zur Verfügung gestellt werden.

2.3. Die Auftragsbestätigung erfolgt aufgrund der Prüfung des Musters. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Sie kann insbesondere dann erfolgen, wenn die Verteilung des Werbematerials gegen geltende Gesetze oder die guten Sitten verstoßen würde.

3. Anlieferung

3.1. Der Auftraggeber hat zu verteilendes Werbematerial spätestens zwei Tage vor dem Verteilungstermin auf eigene Rechnung und Gefahr am Betriebsitz der MSD, Otto-Hahn-Straße 52, 48529 Nordhorn, zur Verfügung zu stellen, soweit nicht eine andere Lieferadresse vereinbart ist oder vom Verlag mitgeteilt wurde.

3.2. Das angelieferte Material muss nach Art und Form eine einwandfreie, sofortige Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine über die Entnahme hinausgehende manuelle Aufarbeitung notwendig wird. Nicht einwandfrei ist insbesondere durch zu frische Druckfarbe zusammengeklebtes, stark elektrostatisch aufgeladenes oder feucht gewordenes Material. Den durch nicht ordnungsgemäßen Zustand des angelieferten Materials hervorgerufenen Mehraufwand können wir dem Auftraggeber in Rechnung stellen.

3.3. Das Werbematerial muss sauber auf stabilen Paletten gestapelt sein, die mit einer deutlich sichtbaren, den Angaben auf dem Lieferschein entsprechenden Palettenkarte zu kennzeichnen sind. Für den Schutz der angelieferten Materialien gegen Transportschäden und Eindringen von Feuchtigkeit hat der Auftraggeber zu sorgen.

3.4. Die Lieferung hat unter Befügung ordnungsgemäßer Begleitpapiere zu erfolgen. Der Lieferschein muss insbesondere folgende Angaben enthalten:

- Zustelldatum bzw. Zustellwoche,
- Auftraggeber,
- Prospekttitel bzw. Motiv oder Stichwort,
- Absender und Empfänger,
- die Gesamtstückzahl der gelieferten Prospekte.

3.5. Das angelieferte Material bleibt zu jeder Zeit Eigentum des Auftraggebers.

4. Leistungsbeschreibung (Durchführung der Zustellung, Zustellerfolg)

4.1. Der Verlag führt die erteilten Aufträge entweder selbst oder durch von ihr beauftragte Dritte durch.

4.2. Alleinbelegung sowie Konkurrenzschluss werden nicht eingeräumt.

4.3. Liegen dem Verlag für einen Tag bzw. Zustellzeitraum mehrere Zustellaufträge für dasselbe Zustellgebiet oder sich überschneidende Zustellgebiete vor, können Werbematerialien auch ineinander gesteckt und/oder einem Anzeigenblatt beigefügt werden.

4.4. Die Zustellung erfolgt durch Einwurf in Briefkästen oder Zeitungsrollen. Dabei gilt die Regel: „Eine Wurfsendung pro Namensschild“.

4.5. Ortschaften im Zielgebiet mit weniger als 50 Haushalten sind von der Zustellung ausgenommen. Diese Haushalte können auf gesonderten Wunsch des Auftraggebers per Postversand gegen

Kostenersatzung durch luk versorgt werden. Ebenfalls auf besondere Veranlassung des Auftraggebers kommt die Einrichtung von Sammelpunkten, z. B. an Kiosken, Tankstellen etc. in Betracht. Das Risiko des Verlustes oder der Beschädigung von Werbemitteln während der Lagerung am Sammelpunkt trägt allein der Auftraggeber.

4.6. a. Die Zustellungsleistung ist erbracht, wenn mindestens 90 % der belieferbaren Haushalte (s. u. Ziff. 4.6.b.) im Zustellgebiet oder bei der vereinbarten Zielgruppe erreicht werden.

b. „Zustellgebiet“ sind die aus der Auftragsbestätigung ersichtlichen Zustellbezirke nach der Aufteilung der luk. Die Anzahl der maximal belieferbaren Haushalte in einem Zustellbezirk ergibt sich ebenfalls aus den Angaben in der Auftragsbestätigung. Eine Differenz zu der mit postalischer Zustellung erreichbaren Anzahl von Haushalten ergibt sich dadurch, dass z.B. abgelegene Wohneinheiten, Industriegebiete, Einliegerwohnungen nicht erreicht werden können.

c. Nach oben begrenzt wird die Anzahl der zu beliefenden Haushalte durch die vom Auftraggeber zur Verfügung gestellte Anzahl an Werbemitteln („Auflage“).

d. Der Verlag überprüft die ordnungsgemäße Zustellung durch Nachkontrolle nach den Richtlinien des DDV – Deutscher Direktmarketing Verband e. V., Wiesbaden (Nachkontrolle von mind. 1 %, i.d.R. 2 %, bezogen auf die belieferbaren Haushalte bzw. die Auflage, falls diese geringer ist).

4.7. Die Zustellung in einem Haushalt ist erbracht, wenn das Werbemittel in das für Briefpost oder Zeitungen vorgesehene Behältnis eingelegt wurde. Bei Haushalten, die nur mit Innenbriefkästen versehen sind, gilt die Leistung als erbracht, sofern die Haustür nach mehrmaligem Betätigen der vorhandenen Schelle(n) nicht geöffnet wird. Eine Verpflichtung zum mehrmaligen Aufsuchen dieser Haushalte besteht nicht. Hinweisschilder wie „Keine Werbung!“ o.ä. werden unbedingt beachtet.

4.8. Bei Wohnanlagen oder Häusern, die über einen Hausmeister oder Hausverwalter verfügen, kann mit diesem anstelle des Einwurfs der Werbemittel in die einzelnen Briefkästen die Ablage einer entsprechenden Anzahl von Exemplaren an einem zentralen Ablageort vereinbart werden.

4.9. Von der Druckerei etwa angelieferte Überdrucke kommen nicht zur Verteilung, es sei denn, dies wird ausdrücklich vereinbart. Etwaige Restmengen werden bis zu einer Woche nach Abschluss der Verteilung aufbewahrt und können innerhalb dieses Zeitraums von dem Auftraggeber auf eigene Kosten abgeholt werden. Nach Ablauf der Frist werden die Restmengen durch den Verlag vernichtet. Der Verlag kann dem Auftraggeber etwa bei der Entsorgung der Restmengen entstehende Kosten in Rechnung stellen.

5. Gewährleistung, Mängelrügen

5.1. Falls der vereinbarte Zustellerfolg, insbesondere die vereinbarte Abdeckungsquote nicht erreicht wird, leistet luk Mängelbeseitigung nach ihrer Wahl durch Nachverteilung oder Neuverteilung, sofern dies möglich ist und überwiegende Interessen des Auftraggebers nicht entgegenstehen.

5.2. Soweit der Verlag die Erfüllung ernsthaft und endgültig verweigert, die Beseitigung des Mangels und Nacherfüllung wegen unverhältnismäßiger Kosten verweigert, die Nacherfüllung durch Nachverteilung fehlschlägt oder sie dem Auftraggeber unzumutbar ist, kann der Auftraggeber nach seiner Wahl nur Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrages (Rücktritt) und Schadensersatz im Rahmen der Haftungsbeschränkung (siehe Ziff. 6) verlangen.

5.3. Bei einer nur geringfügigen Vertragswidrigkeit, insbesondere bei nur geringfügigen Zustellmängeln, steht dem Auftraggeber jedoch kein Rücktrittsrecht zu.

5.4. Sofern der Verlag die in einem Zustellmangel liegende Pflichtverletzung nicht zu vertreten hat, ist der Auftraggeber nicht zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt.

5.5. Rechte des Auftraggebers wegen Mängeln der Zustellung verjähren in einem Jahr seit Vollendung der Zustellung. Diese

verkürzte Verjährungsfrist gilt nicht, wenn dem Verlag grobes Verschulden vorzuwerfen ist sowie im Falle von dem Verlag zurechenbaren Körper- und Gesundheitsschäden oder dem Verlag zurechenbarem Verlust des Lebens des Auftraggebers.

5.6. Bei Übernahme einer gesonderten Garantie bleiben weitergehende Ansprüche unberührt. Garantien im Rechtssinne erhält der Auftraggeber durch luk nicht.

5.7. a. Mängel der Zustelleistung, die für den Auftraggeber, z.B. durch einfache Nachkontrolle bei den Zustellempfängern, erkennbar sind, hat der Auftraggeber spätestens bis zum Ablauf des dritten Werktages nach dem Zustelltermin schriftlich, per Telefax oder Email zu rügen. Maßgeblich ist der Zugang der Rüge bei dem Verlag. Samsstage gelten als Werktage.

b. Geht die Mängelrüge verspätet ein, verliert der Auftraggeber seine Ansprüche wegen der vorgenannten erkennbaren Mängel. Durch die Überprüfung verspäteter Rügen verzichtet der Verlag nicht auf den Einwand der Verspätung.

c. Die Mängelrüge muss Tag, Ort, Straße, Hausnummer und die näheren Umstände des Zustellmangels enthalten. Einzelheiten sind aus dem Merkblatt „Kundeninformation/Verteilrichtlinien“ zu entnehmen, welches dem Auftraggeber zur Verfügung gestellt wurde und ebenfalls Vertragsbestandteil wird.

5.8. Für Inhalte der Werbemittel, insbesondere deren textliche Gestaltung, übernimmt luk keinerlei Verantwortung. Stellen Dritte Ansprüche gegen luk, die ihren Grund in einer unzulässigen inhaltlichen Gestaltung der vom Auftraggeber überlassenen Werbemittel oder der Unzulässigkeit ihrer Verbreitung finden, hat der Auftraggeber dem Verlag von diesen Ansprüchen, soweit möglich, freizustellen und die entstehenden Schäden zu ersetzen. Werklohnansprüche des Verlages bleiben unberührt und sind lediglich um etwa ersparte Aufwendungen zu kürzen.

6. Haftungsbeschränkungen

6.1. Bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen beschränkt sich die Haftung der luk auf den nach der Art des Auftrags vorhersehbaren, vertragstypischen, unmittelbaren Durchschnittsschaden. Dieser ist i.d.R. begrenzt durch die Summe der Zustell- und Druckkosten. Dies gilt auch bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen der gesetzlichen Vertreter der luk oder ihrer Erfüllungsgehilfen.

6.2. Gegenüber Unternehmern haftet der Verlag bei leicht fahrlässiger Verletzung nicht wesentlicher Vertragspflichten nicht. Wesentlich ist eine Vertragspflicht nach der Rechtsprechung, wenn ihre Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und der Auftraggeber daher regelmäßig auf ihre Einhaltung vertrauen darf.

6.3. Diese Haftungsbeschränkungen gelten nicht dem Verlag zurechenbaren Körper- und Gesundheitsschäden oder dem Verlag zurechenbarem Verlust des Lebens des Auftraggebers.

7. Schlussbestimmungen

7.1. Für alle Ansprüche aus und im Zusammenhang mit diesem Vertrag gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland mit Ausnahme der Vorschriften über das internationale Privatrecht.

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

7.3. Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages mit dem Auftraggeber einschließlich dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise un-wirksam sein oder werden, wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen gilt die gesetzliche Lage, sofern nicht individualvertraglich ein Anderes vereinbart ist.