

# DEMORANDUM

Mediadaten Nr. 2 für Informationsanzeigen, Textanzeigen und Bannerwerbung gültig ab 1.1.2011

## Mediadaten 2011

Alle Anzeigen inklusive 4C

*Werben Sie in  
DEMORANDUM -  
günstig, gut und konkret!*

DEMORANDUM

Andreas Runge

Postfach 1158

21389 Reppenstedt

Telefon: 04131/67 12 17

Telefax: 04131/67 12 18

E-Mail: [info@demorandum.de](mailto:info@demorandum.de)

[www.demorandum.de](http://www.demorandum.de)

# DEMORANDUM

Mediadaten Nr. 2 für Informationsanzeigen, Textanzeigen und Bannerwerbung gültig ab 1.1.2011

## Anzeigenpreise

1/8 Seite schwarz/weiß od. farbig	50,-	58,83
1/4 Seite schwarz/weiß od. farbig	100,-	117,66
1/3 Seite schwarz/weiß od. farbig	135,-	158,83
1/2 Seite schwarz/weiß od. farbig	200,-	235,30
2/3 Seite schwarz/weiß od. farbig	270,-	317,65
3/4 Seite schwarz/weiß od. farbig	300,-	352,95
1/1 Seite schwarz/weiß od. farbig	400,-	470,59

OP

GP

## Bannerwerbung

Preise für Bannerwerbung erhalten Sie auf Anfrage.

## Rabattstaffel

3 Anzeigen	5%	15% vom Grundpreis
6 Anzeigen	10%	
9 Anzeigen	15%	
12 Anzeigen	20%	20% Aufschlag

## AE-Provisionen

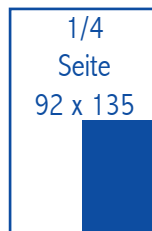
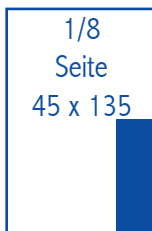
15% vom Grundpreis

10%

15%

## Platzierung

20% Aufschlag



# DEMORANDUM

Mediadaten Nr. 2 für Informationsanzeigen, Textanzeigen und Bannerwerbung gültig ab 1.1.2011

- Heftformat: 210 x 297 mm
- Satzspiegel: 186 x 270 mm
- Formate: 1-spaltig 45 mm breit  
2-spaltig 92 mm breit  
3-spaltig 139 mm breit  
4-spaltig 186 mm breit
- Druckunterlagen: CD-ROM oder per E-Mail
- Bei den gelieferten Druckunterlagen gehen wir davon aus, dass es sich um Kopien handelt und übernehmen für deren Bestand keine Haftung.
- Stellen Sie uns bitte mit der Übertragung der Druckdaten alle Informationen über die Firma und den Auftraggeber zur Verfügung.
- Druckdaten ohne verbindlichen Anzeigenauftrag können nicht berücksichtigt werden.
- Geringfügige Farbdifferenzen sind systembedingt und können nicht reklamiert werden.
- Dateiformate: JPG, GIF, TIF, BMP
- Bitte senden Sie keine Mac-Dateien
- Verbreitung: Die Verbreitung erfolgt am 1. eines Monats an die registrierten Abonnenten per E-Mail.
- Extra: Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche mit dem Wort "Anzeige" kenntlich gemacht.
- Stornierungen: Stornierungen sind nur bis zum Anzeigenschluss möglich.
- Zahlung: Zahlbar sofort nach Erscheinen. Bei Neukunden behält sich der Verlag Vorkasse vor. Bei Zahlungsverzug/Stundung werden Zinsen in Höhe der üblichen Bankzinsen für Dispositionskredite berechnet.
- Bankverbindung: Hamburger Sparkasse, BLZ 200 505 50, Kt.-Nr. 1395/125 857

# DEMORANDUM

Mediadaten Nr. 2 für Informationsanzeigen, Textanzeigen und Bannerwerbung gültig ab 1.1.2011

Monat	Erscheinung	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Vorlagenschluss
Januar	01.01.11	14.12.10	20.12.10	23.12.10
Februar	01.02.11	18.01.11	25.01.11	28.01.11
März	01.03.11	15.02.11	22.02.11	25.02.11
April	01.04.11	17.03.11	25.03.11	28.03.11
Mai	01.05.11	18.04.11	23.04.11	25.04.11
Juni	01.06.11	16.05.11	23.05.11	26.05.11
Juli	01.07.11	13.06.11	23.06.11	25.06.11
August	01.08.11	18.07.11	25.07.11	28.07.11
September	01.09.11	15.08.11	22.08.11	25.08.11
Oktober	01.10.11	19.09.11	23.09.11	25.09.11
November	01.11.11	17.10.11	24.10.11	27.10.11
Dezember	01.12.11	14.11.11	21.11.11	24.11.11

# DEMORANDUM

Mediadaten Nr. 2 für Informationsanzeigen, Textanzeigen und Bannerwerbung gültig ab 1.1.2011

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Anzeigenauftrag im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Ein Abschluss ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Mediadaten zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, 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 eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
3. 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. Der Auftraggeber hat nur Anspruch auf einen Abschluss-Nachlass, wenn dieser vor Erscheinen der ersten Anzeige innerhalb des Abschlusses mit dem Verlag vereinbart wurde. Auf Anzeigen, die außerhalb des vereinbarten Abschluss-Zeitraums erschienen sind, kann der im Abschluss vereinbarte Abschluss-Rabatt nicht angewendet werden. Eine nachträgliche Rabattierung oder Rückdatierung eines Abschlusszeitraums ist nicht möglich.
4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet. Anzeigen in Sonderausgaben, Sonderthemen etc., bei denen nicht der in den jeweils gültigen Mediadaten ausgewiesene Grund- oder Ortspreis angewendet wird, zählen nicht zum vereinbarten Abschluss, auch wenn diese innerhalb des Abschlusszeitraums veröffentlicht werden.
5. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen 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.
6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an redaktionellem 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. Der Verlag behält sich vor, für Wunschplatzierungen entsprechende Aufschläge zum in den Mediadaten ausgewiesenen Grund- oder Ortspreis zu erheben.
7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen und andere Werbemittel - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Anzeigen Werbungen Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht in Bezug auf Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird vom Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen obliegt es dem Auftraggeber, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach

# DEMORANDUM

Mediadaten Nr. 2 für Informationsanzeigen, Textanzeigen und Bannerwerbung gültig ab 1.1.2011

Maßgabe der Angaben in den Mediadaten sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeige im Rahmen der durch die Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten.

9. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung 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 Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung 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 Auftrages ausgeschlossen. 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 die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen 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 zwei Wochen nach Veröffentlichung geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

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 bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

13. Die Rechnung ist innerhalb der aus den Mediadaten ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach den Mediadaten gewährt.

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

15. Der Verlag liefert 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.

# DEMORANDUM

Mediadaten Nr. 2 für Informationsanzeigen, Textanzeigen und Bannerwerbung gültig ab 1.1.2011

16. Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die zugesicherte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn und soweit sie bei einer zugesicherten verkauften Auflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H., bei einer zugesicherten verkauften Auflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H., bei einer zugesicherten verkauften Auflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H., bei einer zugesicherten verkauften Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen gemäß Ziffer 23. bleibt unberücksichtigt. Als zugesicherte verkaufte Auflage gilt die in den Mediadaten 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 vorausgegangenen Kalenderjahres. 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.

17. Betrifft Ziffernanzeige. Unzutreffend.

18. 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 Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, 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.

19. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Mediadaten des Verlages zu halten.

20. Für Preis-/Rabattänderungen gilt Absatz a) der Zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages.

21. 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 eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregistrauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte des Abschlusszeitraumes erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht 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 anzuzugeben; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

22. 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 zugelierten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags 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 sonstige Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen 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.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung 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

# DEMORANDUM

Mediadaten Nr. 2 für Informationsanzeigen, Textanzeigen und Bannerwerbung gültig ab 1.1.2011

auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale veröffentlichten oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderungen aus Gründen von Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 16 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.

## **Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages:**

- a) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten bei Änderungen der Mediadaten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Anzeigenaufträgen sofort in Kraft. Dies gilt gegenüber Nichtkaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von 4 Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden.
- b) Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen Ortspreise, Sonderveröffentlichungen, Kollektive, Anzeigenstrecken sowie für kirchliche, kommunale und karitative Bekanntmachungen Konditionen entsprechend den besonderen Gegebenheiten zu vereinbaren.
- c) Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- d) Für alle Anzeigen werden Belegexemplare per Mail und nicht als Druck per Post versendet.
- e) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- f) Abbestellungen oder Änderungen bedürfen der schriftlichen oder fernschriftlichen Form. Für Fehler, die aus telefonischer Übermittlung jeder Art oder aus undeutlicher Schrift des Auftraggebers entstanden sind, wird nicht gehaftet.
- g) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeige die geschäftliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird.
- h) Ist der Auftraggeber abgemahnt worden oder hat er bereits eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bezüglich bestimmter Anzeigen/Anzeigeninhalte abgegeben, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag unverzüglich schriftlich darüber zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, kann der Verlag schon aus diesem Grund jede Mithaftung für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeige/Anzeigeninhalte entstehenden Schaden verweigern.
- i) Bei Chiffreanzeigen wahrt der Verlag grundsätzlich das Chiffregeheimnis, es sei denn, dass dazu befugte Behörden Auskunft verlangen. Schadensersatzansprüche wegen Verletzung des Chiffregeheimnisses, wegen Verlustes oder verzögerter Übersendung von Zuschriften auf Chiffreanzeigen sind ausgeschlossen. Der Auftraggeber von Chiffreanzeigen ist verpflichtet, die den Angeboten beigefügten Anlagen zurückzusenden. Angebote von Vermittlern auf Chiffreanzeigen werden nicht befördert.
- j) Für die Verpflichtung, Anzeigen auf bestimmten Plätzen zu veröffentlichen, wird ein Aufschlag von 20% berechnet.
- k) Für die Durchführung des Auftrages gelten die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils aktuell gültigen Mediadaten einschließlich der allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckvorlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Veränderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.