

# Beilagen

## Mediadaten 2022

Attraktive Präsentation aller Produkte, crossmedial  
im redaktionellen Rahmen des General-Anzeigers.

# Prospektbeilagen | Auflagen

## Ausgabe      Planungsaufgabe

	Montag - Freitag	Samstag
<b>Gesamt</b>	58.500	67.600
<b>BN</b>	15.750	18.350
<b>BE</b>	5.900	6.800
<b>GO</b>	8.400	9.700
<b>VON</b>	4.500	5.150
<b>VOS</b>	6.700	7.700
<b>AH</b>	3.550	4.000
<b>SU</b>	6.000	7.000
<b>SI</b>	3.800	4.400
<b>BH</b>	3.900	4.500



Diese Auflegenzahlen dienen nur als Planungshilfe, saisonale Schwankungen sind möglich.

# Prospektbeilagen | Preise

Preis / 1.000 Exemplare	Bis 20 g	Bis 30 g	Bis 40 g	Bis 50 g	Je weitere 10 g
<b>Grundpreis</b>	105,90 €	117,50 €	135,50 €	150,00 €	17,65 €
<b>Ortspreis</b>	90,90 €	100,80 €	116,10 €	128,40 €	15,00 €

## Lieferanschrift

General-Anzeiger,  
Mittelrheinstr. 2 | 56072 Koblenz

## Anlieferungstermin

Montag bis Freitag von 7.00 – 15.00 Uhr

Frühester Anlieferungstermin:  
10 Arbeitstage vor Erscheinen, vormittags

Spätester Anlieferungstermin:  
5 Arbeitstage vor Erscheinen, vormittags

## Online

Verlängern Sie Ihre Prospektbeilage werbewirksam!

Im ePaper als PDF und auf ga.de, eingebunden auf weekli.de, dem Portal für Prospekte und regionale Angebote.

### Laufzeit

ePaper | 1 Tag  
weekli.de | 1 Woche

### Preise

Printverlängerung | ab 225,- €  
Online only | ab 295,- €

## Kontakt

Telefon | 0228 / 66 88 319  
E-Mail | beilagen@ga.de

Preise für Beilagen sind nicht rabattfähig, alle Preise zuzüglich MwSt. Bitte beachten Sie die unten aufgeführten Richtlinien..

# Prospektbeilagen | Technische Daten

## Rücktrittsrecht

Bis 7 Tage vor Erscheinen. Kosten durch nicht termingerechte Anlieferung der Beilagen oder durch Rücktritt nach dem vorab genannten Rücktrittsrecht trägt der Auftraggeber

## Beilagemuster

Auch bei bestätigten Terminen für Beilagen ist der Auftrag erst endgültig angenommen, wenn der Verlag wenigstens 10 Werktage vor Streubeginn 5 verbindliche Muster der Beilage prüfen konnte.

## Verarbeitungszustand

**Falzung:** Mindestens an einer Seite geschlossen (mind. 105 mm lang), Leporello und Altarfalz sind nicht möglich.

**Beschnitt:** Alle Beilagen müssen rechteckig und formatgleich geschnitten sein. Sie dürfen am Schnitt keine Verblockung durch stumpfe Messer aufweisen.

**Angeklebte Produkte:** Postkarten sind in der Beilage grundsätzlich innen anzukleben. Sie müssen dabei bündig im Falz zum Kopf oder Fuß der Beilage geklebt werden.

**Heftung:** Bei Draht-Rückenheftung darf die Drahtstärke der Klammer nicht stärker als die Beilage sein.

## Format

Höchstformat: 250 x 340 mm, Mindestformat: 148 x 105 mm – bei dem Mindestformat behält sich der Verlag Prüfung und ein Schieberecht vor. Bei 1-seitigen Flyern mind. 100-g-Papier verwenden.

## Teilbelegung

Die Unterbringung in genau begrenzten Teilauflagen erfolgt bestmöglich. Geringfügige Gebietsabweichungen berechtigen nicht zu Ersatzansprüchen. Für alle Teilbelegungen behält sich der Verlag ein Schieberecht vor. Auflagenhöhe auf Anfrage.

## Anlieferung & Verpackung

Die Beilagen müssen sauber gestapelt, nicht gebündelt in größtmöglichen Lagen (mind. 250 oder 500 Stück) auf Euro-Paletten mit vollständigen Begleitpapieren frei Haus geliefert werden. Es sind so wenig Lagen wie möglich ineinander verschränkt zu stapeln. Bei Anlieferung im Karton dürfen die Beilagen nur in eine Richtung sortiert sein. Der Lieferung muss ein Lieferschein beiliegen.

## Sonstige Angaben

Bei Abweichung vom eingeplanten Gewicht behält sich der Verlag Schieberecht vor. In der Zeitung erscheint ein Beilagenhinweis. Beilagen können nicht gleichzeitig mit der Zeitung gedruckt werden, sondern müssen dem Verlag frei Haus geliefert werden; sie dürfen nur der Eigenwerbung dienen und keinen zeitungähnlichen Charakter haben. Der Verlag behält sich die Ablehnung oder die Höherberechnung des Auftrags vor, wenn die Beilage für zwei oder mehr Firmen wirbt oder das Gewicht oder das Format nicht der Norm entsprechen. Ein Anspruch auf Minderung oder Schadenersatz entfällt, wenn mehrere Beilagen zusammenhaften und einem Zeitungsexemplar beigefügt werden, wenn Beilagen bei der Zustellung aus den Zeitungen herausfallen oder deren Sauberkeit durch den Einlegevorgang leidet. Die Beilegung weiterer Prospekte ist vorbehalten, wobei ein Konkurrenzausschluss bzw. Produktausschluss nicht vereinbart werden kann. Warenproben werden nicht beigelegt. Die Beilagen müssen so beschaffen sein, dass sie maschinell ohne zusätzliche manuelle Aufbereitung bearbeitet werden können. Ist dies nicht der Fall, werden Mehrkosten als Erschwerniszuschlag in Rechnung gestellt. Prospektbeilagen werden Exemplaren, die über Zusteller im Abonnement und über den Handel im Verbreitungsgebiet vertrieben werden, beigelegt. Bedingt durch die technische Verarbeitung kann eine 100 %ige Belegung nicht garantiert werden.

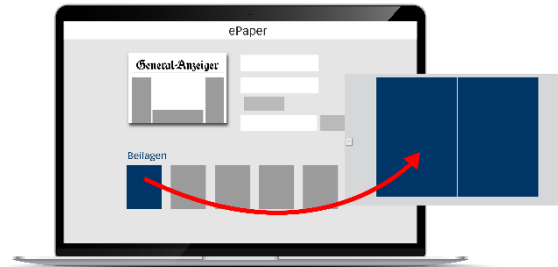
# Prospektbeilagen | Digital

## Digitale Tageszeitung

Wir bewerben Ihre Printbeilage, Prospekt oder Flyer in unserem E-Paper und auf ga.de

## Ihre Vorteile im Überblick

- Nutzen Sie die Onlineverlängerung um Ihr Prospekt auf allen Kanälen zu bewerben (Print, Online, Mobile & E-Paper)
- Wir erstellen aus Ihrem Prospekt einen Blätterkatalog, den unsere Nutzer bequem auf allen Endgeräten anschauen können
- Stellen Sie Ihre Angebote und Leistungen auf bis zu 28 Seiten dar



Ihre Prospektbeilage in unserem E-Paper (Desktop, Mobile & Tablet)

Format	Preis
Print-Verlängerung	225 €
Online only	295 €

Jeweils Beilage im E-Paper (1 Tag) und Online (1 Woche)

Ihre Prospektbeilage auf unserem Nachrichtenportal ga.de und auf weekli.de – Das Portal für Prospekte und regionale Angebote (Desktop, Mobile & Tablet)



Alle Preise sind Ortspreise und verstehen sich zzgl. MwSt.

Preisliste Nr. 9  
gültig ab 1. Januar 2022

53100 Bonn  
Nielsen II

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

**1.** Werbeauftrag ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in einer Druckschrift und/oder im Internet zum Zwecke der Verbreitung (nachfolgend Werbeauftrag/Anzeigenauftrag). Digitale Kanäle sind u. a. ga.de, ga-trauer.de, kabelle.de sowie die zum Verlag gehörenden Apps, Newsletter und Social Media Seiten. Werbeaufträge im digitalen Bereich sind insbesondere : Banner, Advertorials, Subchannel, Social Media Postings und Multimedia Content. Für jeden Werbeauftrag und für alle Folgeaufträge gelten die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Anbieters (nachfolgend „Verlag“), deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Es gelten die in den allgemeinen Verlagsangaben festgehaltenen Stornobedingungen. Die Gültigkeit etwaiger AGB der Werbungtreibenden oder Inserenten ist ausgeschlossen, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen. **2.** Die AGB gelten sinngemäß für Belagenaufträge. Diese werden vom Verlag grundsätzlich erst nach Vorlage eines Modells angenommen. Prospektbelagen sind Bestandteil einer crossmedialen Schaltung (Print und Digital). Die gedruckte Prospektbelage wird automatisch zusätzlich, sofern die digitale Druckunterlage eingereicht wird, digital ausgespielt. Stellt der Kunde dem Verlag keine digitale Unterlage zur Verfügung, wird dennoch der Crossmedialepreis berechnet. **3.** Aufträge für Anzeigen bzw. Werbung können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Bei der Aufgabe über das Internet kann der Auftraggeber während des Bestellvorgangs jederzeit und abschließend noch einmal durch Anklicken des „Zurück“-Buttons zu den vorherigen Eingabemasken zurückspringen und seine Angaben prüfen und ggf. korrigieren. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme) oder durch Zusendung der Rechnung. Der Verlag sendet dem Auftraggeber in einer automatisch generierten E-Mail die Bestätigung über die Anzeigenbuchung mit dem Anzeigentext zu. Registrierte Kunden können ihre Anzeigen im Login-Bereich einsehen. Dort werden die Anzeigen 13 Monate gespeichert. Buchung und Bestätigung können auch über das Online Service Center erfolgen (Infos zum OBS finden sie unter <https://sc.ga.de/anzeigenaufnahme/ga> ). **4.** Bei Anzeigenaufträgen besteht kein Widerrufsrecht für Verbraucher. Gemäß § 312 g Abs. 2 Nr. 1 BGB ist das Widerrufsrecht bei Verträgen über Leistungen ausgeschlossen, die nicht vorfertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind. **5.** Der Verlag kann Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe – im Rahmen eines Abschlusses nach sachgemäßem Ermessen ablehnen. Dies gilt insbesondere, wenn der Inhalt der Anzeigenaufträge gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werbegericht beanstandet wurde, wenn deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Belagern durch Format oder Aufmachung bei Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. **6.** Abschluss ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der vom Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die einzelnen rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche oder

elektronische Bestätigung des Abrufs zustande kommen. Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss abzurufen. Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Bei Erreichung der Abnahmemenge zur Abschlussbefreiung werden Textteil-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet. Rabattdifferenzen, die aus Mehr- oder Minderabnahmen, ausgehend von der vereinbarten Abnahmemenge entstehen, werden am Ende des Abschlussjahres durch entsprechende Gutschriften bzw. Belastungen ausgeglichen. Bei Nichtbezahlung von einer oder mehreren Anzeigenrechnungen kann diese Rabattvereinbarung nach erfolgloser Mahnung außerordentlich und fristlos gekündigt werden. Mit der Kündigung können Rabattdifferenzen sofort geltend gemacht werden. **7.** Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigen- und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, die Anzeigen- und Erscheinungstermine (auch bei Sonderveröffentlichungen) kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen. **8.** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Publikation veröffentlicht, wenn dies schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, vereinbart wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Die Bestätigung einer bestimmten Platzierung bezieht sich jeweils auf die belegte Hauptausgabe bzw. das gebuchte digitale Ressort. Soweit zu dieser Ausgabe lokale Wechselseiten gehören, behält sich der Verlag hier eine andere Platzierung bzw. die Mitnahme an einem anderen Erscheinungstag vor. Sofern keine eindeutige Platzierung vereinbart ist, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen. Nach Rücksprache mit dem Kunden kann der Verlag Online-Anzeigen in einem anderen Ressort platzieren, sofern das gewünschte Ressort bereits belegt ist oder die gebuchte Auspielungsmenge des Banners aufgrund der aktuellen digitalen Reichweite nicht erreicht werden kann. Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag diese Anzeige zum gleichen Preis in einer Ausgabe mit gleichem oder größerem Verbreitungsgebiet veröffentlichen. Dies gilt nicht, wenn es für die Bestellung einer bestimmten Ausgabe einen objektiv nachvollziehbaren, dem Verlag bekannten Grund gab. Sollte die digitale Auspielung aufgrund technischer Störungen nicht möglich sein, steht es dem Kunden frei, seine Schaltung kostenlos zu einem anderen mit dem Verlag abgestimmten Zeitpunkt zu wiederholen. Ein Recht auf Rückerstattung des Gesamt- bzw. eines Teilbetrages besteht nicht. ePaper-Seitenplatzierungen sind nicht verbindlich. Aufgrund der sogenannten Interstitialwerbung kann sich die Seitenreihenfolge verschieben. **9.** Anzeigenaufträge können nur schriftlich per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ist die Anzeige noch nicht in Druck gegeben, kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeter Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei, Schadenersatzansprüche des Kunden bestehen deswegen nicht.

**10.** Bei der Beauftragung von Anzeigen unter der für die jeweilige Rubrik geltenden Mindestgröße wird der Preis für die jeweilige Mindestgröße berechnet. **11.** Die Schlusstermine für Anzeigenunterlagen (= Anzeigenabschluss) sind den jeweils gültigen Seiten mit den Verlagsangaben und für die Rubriken den Branchenseiten der Preisliste des Verlags zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckunterlagen, Banner, Text- und Bildmaterial oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten bzw. die digitale Auspielung in der durch den Auftraggeber gelieferten Qualität. Druckunterlagen werden nur auf schriftliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige. **12.** Sind keine Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer angelegerten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe. **13.** Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen. Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an redaktionellen Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen (Textteil-Anzeigen), sind grundsätzlich als „Anzeige“ gekennzeichnet. Ebenso verhält es sich mit redaktionell gestalteten digitalen Anzeigen und Videos, die auf unseren Portalen im redaktionellen Umfeld erscheinen oder mit werblichen Social Media Beiträgen. Ebenso verhält es sich mit redaktionell gestalteten digitalen Anzeigen und Videos, die auf unseren Portalen im redaktionellen Umfeld erscheinen oder mit werblichen Social Media Beiträgen. **14.** Der Auftraggeber ist für den rechtlichen Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich und stellt sicher, dass die Inhalte, insbesondere Texte, Bilder und Grafiken, keine Rechte Dritter, insbesondere Urheberrechte oder sonstige Schutzrechte verletzen und alle auf Fotos abgebildeten Personen mit der Veröffentlichung in der Print- und Online- Ausgabe einverstanden sind. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Ist der Verlag zum Abdruck einer Gegendarstellung verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen. **15.** Korrekturabzüge werden erst ab einer Größe von 30 Anzeigen-Millimetern, bei Auftragserteilung bis spätestens einen Werktag vor dem Anzeigenschlusstermin und nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt Korrekturen, die ihm innerhalb der von ihm gesetzten Fristen mitgeteilt werden. Dabei trägt der Auftraggeber die Verantwortung für die Richtigkeit der verbesserten Korrekturabzüge, andernfalls gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Sollte der Auftraggeber nach Übermittlung des ersten Korrekturabzuges Änderungen verlangen, die nicht auf einer Abweichung des Korrekturabzugs vom Auftrag beruhen, wird der Verlag dem Auftraggeber für die Erstellung und Lieferung eines zweiten Korrekturabzuges einen Pauschalbetrag in Höhe von 15,00 € zzgl. Mehrwertsteuer

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

in Rechnung stellen. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt im Übrigen der Auftraggeber. **16.** Der Verlag liefert auf Wunsch mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg in Kopie. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenabschnitte, Belegstellen 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. Gedruckte Belegexemplare können nur bis vier Wochen nach Erscheinen zur Verfügung gestellt werden. Für digitale Aufträge erfolgt kein Belegversand. **17.** Zuschriften auf Chiffre-Anzeigen werden per Post weitergeleitet. Der Verlag behält sich vor, bei Stückzahlen ab zehn gewerblichen Zuschriften von einem Absender eine Weiterleitungsgebühr auf der Basis des jeweils gültigen Posttarifs zu berechnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechnigen, Zuschriften anstelle und im erklärten Einverständnis des Auftraggebers zu öffnen. **18.** Anzeigenrechnungen sind sofort nach Rechnungsfall fällig und ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offestehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. Bei Stundung oder Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und 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, abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel, von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei telefonischer Auftragsannahme werden Aufträge von Anzeigen-Kunden ohne Abschluss mittels Einzugsermächtigung abgewickelt. Fehlerhafte Anzeigenrechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt oder nicht bestritten sind. Zum Einzug Ihrer Forderung können Sie dem General-Anzeiger Bonn ein SEPA Basismandat erteilen. Der Einzug der Lastschrift erfolgt 5 Tage nach Rechnungsdatum. Die Frist für die Vorabankündigung (Pre-Notification) wird auf 5 Tage verkürzt. Der Käufer sichert zu, für die Deckung des Kontos zu sorgen. Kosten, die aufgrund von Nichteinlösung oder Rückbuchung der Lastschrift entstehen, gehen zu Lasten des Rechnungsempfängers. **19.** Ist der Werbeauftrag nach den geltenden deutschen gesetzlichen Bestimmungen nicht mehrwertsteuerpflichtig, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht. **20.** Anzeigen werden vom Verlag nach ihrem inhaltlichen Sinngehalt rubriziert. Wird eine Anzeige durch den Auftraggeber durch eine hiervon abweichende Rubrik in Auftrag gegeben, so gilt dennoch der Preis, den die Anzeige bei korrekter Platzierung gekostet hätte. Ist der Preis der vom Auftraggeber gewünschten abweichenden Rubrik höher als der Preis

bei korrekter Platzierung, so gilt der erhöhte Preis. **21.** Der Verlag ist berechtigt für die Printausgabe gebuchte Anzeigen ergänzend in anderen Print- und Onlinemedien (bspw. ga.de, stellenanzeigen.de, GA Trader oder die seitens markt.de GmbH & Co. KG betreuten Portale) zwecks Resonanz-erhöhung zu veröffentlichen. Die Kosten für die Online-schaltung trägt der Inserent. Verzichtet der Inserent auf die Onlineverlängerung werden ihm die Kosten dennoch in Rechnung gestellt und er ist verpflichtet, den Verzicht bei Buchung dem Verlag mitzuteilen. Der Verlag ist zudem berechtigt, die Anzeigen für die Onlineveröffentlichung technisch zu bearbeiten und optisch zu verändern. **22.** Für Anzeigen, die ohne fertiggestaltete Druckunterlagen vom Auftraggeber geliefert werden, berechnet der Verlag eine Gestaltungs-pauschale in Höhe von 25,00 € zzgl. Mehrwertsteuer zusätzlich zum Anzeigenpreis. Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen. **23.** Ortspreise, wie in der Preisliste ausgewiesen, werden nur für entsprechende direkt geschaltete Anzeigen von Firmen mit Sitz im Verbreitungsgebiet gewährt. **24.** Für die Gewährleistung eines Rabattzusammenschlusses für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50 %igen Kapitalbeteiligung erforderlich. Der Verlag gewährt Rabattzusammenschlüsse nur bei privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen. **25.** Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Verlag nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Käufern verjähren zwölf Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige. Im Übrigen gelten die gesetzlichen Gewährleistungsfristen. **26.** Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbeauftrages überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut. Die Schadensersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadenersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlages nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Unberührt bleibt die Haftung nach dem

Produkthaftungsgesetz. Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, mit Ausnahme von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigerveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet. Der Kunde haftet dafür, dass übermittelte Daten frei von Viren sind. Dateien mit Viren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich im Übrigen Ersatzansprüche für von Viren verursachte Schäden vor. **27.** Bei Online-Anzeigenaufträgen kann der Verlag nicht eine jederzeitige und vollständige Wiedergabe sicherstellen. Der Verlag haftet nicht für Fehler in der Wiedergabe, wenn diese durch außerhalb des Verantwortungsbereichs des Verlages liegende Umstände beeinträchtigt wird, insb. Störungen der Kommunikationsnetze, durch die Verwendung ungeeigneter Darstellungssoftware- oder Hardware und Ausfall von Servern. **28.** Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preise des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kunden-Netto, also nach dem Abzug von Rabatt, ggf. Boni und Mängelaufschlag. Die Vermittlungsprovision wird nicht auf Privatpreise gewährt und fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet und dies nur unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, der Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzuhelven, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturartigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt daher der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert und unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen. **29.** Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass er über Änderungen dieser AGB auf der Homepage (medien.ga.de) unterrichtet werden kann. Die Änderung gilt als vom Auftraggeber genehmigt, wenn er nicht innerhalb von vier Wochen ab Bekanntgabe oder ggf. Zugang der Unterrichtung der Änderung widerspricht. Widerspricht der Auftraggeber können laufende Verträge vom Verlag fristgerecht gekündigt werden. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrages /dieser AGB/der Preisliste unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Entsprechendes gilt für die Erfüllung etwaiger Regelungslücken. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist Bonn. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist Bonn. **30.** Der Verlag speichert, verarbeitet und nutzt die im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung erhaltenen personenbezogenen Daten nur nach Maßgabe der unter medien.ga.de/datenschutzerklaerung abrufbaren Datenschutzerklärung.