



AGIL

Das Reise- und Freizeit-Magazin

■ **AUSGABEN UND AUFLAGE**

11 Ausgaben pro Jahr - Februar bis Dezember
Erscheinung jeweils am Monatsanfang
Druckauflage/Ausgabe 25.000 Exemplare

■ **VERBREITUNG PRINT**

BUNDESWEIT IM ABONNEMENT (DPAG - Dialogpost)
und über **AUSLAGESTELLEN** (Metropolregion Rhein-Main)

■ **ONLINE + SOCIAL MEDIA**

Internet: www.agil-dasmagazin.de | www.agilontour.de
 f @agildasmagazin | @Agil-OnTour | @AGIL TV
 @ AgilOnTour | agildasmagazin
 @agil-dasmagazinde

■ **ANSPRECHPARTNER:INNEN**

Mirjam Sachse Tel. 06181-299 78 56 | ms@agil-dasmagazin.de
 Carmen Schmehl Tel. 06181-299 78 55 | cs@agil-dasmagazin.de
 Mischa Hönighausen Tel. 06181-299 78 69 | mh@agil-dasmagazin.de
 Heribert Cloes Tel. 06181-299 78 60 | hc@agil-dasmagazin.de

■ **ANZEIGEN/ADVERTORIAL** Alle Preise zzgl. MwSt. Anzeigenformate in der Angabe Breite x Höhe

Printanzeigen/Advertorials (Textteil):

1/1 Anzeige Umschlag (U2, U3, U4)	1.600,- €	Umschlagseiten 210 x 280 mm (Anschnitt ¹)
1/1-Seite Anzeige oder Advertorial	1.300,- €	Innenseite 210 x 280 mm (Anschnitt ¹)
1/2-Seite Anzeige oder Advertorial	750,- €	105 x 280 mm (Anschnitt ¹) oder 210 x 140 mm (Anschnitt ¹)
1/3-Seite nur Anzeige	540,- €	75 x 280 mm (Anschnitt ¹) oder 210 x 97 mm (Anschnitt ¹)
1/4-Seite nur Anzeige	430,- €	60 x 280 mm oder 210 x 74 mm (Anschnitt ¹), 85 x 120 mm (Satzspiegel)
1/8 Seite nur Anzeige	300,- €	85 x 59 mm (Satzspiegel) oder 40 x 120 mm (Satzspiegel)
1/16-Seite nur Anzeige (kleinste Einheit)	180,- €	40 x 59 mm (Satzspiegel)

Advertorial (PR)-Strecken:

Doppelseite Anzeige oder Advertorial	1.500,- €	(innerhalb einer Ausgabe in Folgeseiten, links - rechts)
Weitere 2 Seiten Advertorial	500,- €	2 x 210 x 280 mm (bei Anzeige Anschnitt ¹) je 2 x 210 x 280 mm

Veranstaltungsseite:

1/8-Seite nur Anzeige	250,- €	85 x 59 mm (Satzspiegel) oder 40 x 120 mm (Satzspiegel)
1/4-Seite nur Anzeige	360,- €	85 x 120 mm (Satzspiegel)
1/2-Seite nur Anzeige	600,- €	85 x 250 mm (Satzspiegel) oder 175 x 120 mm (Satzspiegel)
1/1-Seite nur Anzeige	990,- €	175 x 250 mm (Satzspiegel)

Kleinanzeigenseite:

mm-Preis	1,- €	Mindestlaufzeit: 3 Ausgaben / 6 Ausgaben / 11 Ausgaben
Zeilenpreis Text und Bild (Zeilen +1)	4,- €	Spaltenbreite (1 2 3 4 5) 32 mm, 68 mm, 104 mm, 140 mm, 176 mm Spaltenbreite 32 mm, Zeilenhöhe 9pt (Mindestlaufzeit 6 Monate)

Online-Kombi-Printanzeige:

Online-PLUS Anzeige	100,- €	Anzeige steht 1 Monat auf der Startseite
Online-PLUS Advertorial	150,- €	Redaktion steht 1 Monat auf der Startseite, danach im Online-Ressort für 12 Monate

■ **RABATTE MALSTAFFEL**

ab 3 Anzeigen 5% | ab 6 Anzeigen 10% | ab 9-11 Anzeigen 20% | Alle Netto-Preise sind AE-fähig

■ **HERAUSGEBER / VERLAG**

Verlagsbüro Bernd Schneider
Käthe-Kollwitz-Weg 14 | 63526 Erlensee
Tel. 06181-299 78 50 | E-Mail: info@agil-dasmagazin.de

■ **BANKVERBINDUNG**

Hypovereinsbank Frankfurt/Main
IBAN DE89 503 201 910 367 514 787
BIC HYVEDBMM430 / USt.-ID: 241301648

AGIL-DASMAGAZIN

...ist das Monatsmagazin für Reise und Freizeit - Print und Online. Die Verbreitung der Printausgabe erfolgt bundesweit im Abonnement (Versand über DPAG-Dialogpost) und in der Metropolregion Rhein-Main zusätzlich über Auslagestellen in städtischen Institutionen, Museen, Bildungsinstituten, Kliniken, gehobener Einzelhandel, Top Gastronomie, Banken und Nahversorger des täglichen Bedarfs. Wir decken damit eine der kaufkraftstärksten Regionen in Deutschland ab. Ihre Advertorials, Expertentipps, Reise- und Freizeitempfehlungen können zudem auf unserer Online-Ausgabe www.agil-dasmagazin.de auch als Einzelartikel in den jeweiligen Ressorts oder als Banner auf der Startseite veröffentlicht werden. Nutzen Sie das PLUS-Angebot!

Technische Daten: AGIL-DasMagazin erscheint im **Art-Size-Format: 210 mm breit und 280 mm hoch**. Liefern Sie die Druckdaten mit mind. 300dpi Auflösung im PDF, JPEG oder TIFF-Format. Bitte legen Sie Ihr „Schwarz“ als Graustufen oder im K“-Kanal als reines Schwarz an. Verwenden Sie ausschließlich das Farbprofil „ISO Coated v2 (Fogra 39 L)“ für Bilderdruckpapier.

¹ Bitte bei Anschnittanzeigen eine Anschnittzugabe von 3 mm rundherum ergänzen.



AGIL

Das Reise- und Freizeit-Magazin

■ **AUSGABEN UND AUFLAGE**

11 Ausgaben pro Jahr - Februar bis Dezember
Erscheinung jeweils am Monatsanfang
Druckauflage/Ausgabe 25.000 Exemplare

■ **VERBREITUNG PRINT**

BUNDESWEIT IM ABONNEMENT (DPAG - Dialogpost)
und über **AUSLAGESTELLEN** (Metropolregion Rhein-Main)

■ **ONLINE + SOCIAL MEDIA**

Internet: www.agil-dasmagazin.de | www.agilontour.de
 f @agildasmagazin | @Agil-OnTour | @AGIL TV
 @ AgilOnTour | agildasmagazin
 @agil-dasmagazinde

■ **ANSPRECHPARTNER:INNEN**

Mirjam Sachse Tel. 06181-299 78 56 | ms@agil-dasmagazin.de
 Carmen Schmehl Tel. 06181-299 78 55 | cs@agil-dasmagazin.de
 Mischa Hönighausen Tel. 06181-299 78 69 | mh@agil-dasmagazin.de
 Heribert Cloes Tel. 06181-299 78 60 | hc@agil-dasmagazin.de

■ **PRINT & MOTION** / Mit jeder gebuchten Anzeige/Advertorial sind Videosekunden inkludiert - weitere Sekunden können dazu gekauft werden.

AGIL-DasMagazin verbindet alle Kanäle: Ihre Anzeige sorgt für Wahrnehmung und Markenwirkung im Magazin, Online & E-Paper liefern konkrete Details und Buchungsimpulse, Newsletter und Gewinnspiele aktivieren Interessenten – und mit **PRINT & MOTION** ergänzen wir dies um eine authentische Video-Reportage, die Ihr Angebot nachvollziehbar darstellt und die Entscheidungsfindung unterstützt.

Mit der Kampagne „**PRINT & MOTION – Ihre Anzeige lebt weiter**“ verlängern wir Anzeigen und Advertorials als Video-Story auf unserem YouTube-Kanal. Unser Videoteam besucht Sie vor Ort, erstellt in kurzer Abstimmung authentischen Content und produziert daraus eine redaktionelle Video-Reportage (keinen Imagefilm). Das Video wird per QR-Code in Ihre Anzeige integriert und erscheint parallel zur Printausgabe auf unserem YouTube-Kanal.

■ **VIDEOANTEILE DER ANZEIGEN** Alle Preise zzgl. MwSt. / Ausgenommen sind die Anzeigen der Veranstaltungsseite und Kleinanzeigenseiten.

8 Seiten Advertorial / PR-Strecke	60	Sekunden inklusive
6 Seiten Advertorial / PR-Strecke	50	Sekunden inklusive
4 Seiten Advertorial / PR-Strecke	40	Sekunden inklusive
1/1 Anzeige Umschlag (U2, U3, U4)	40	Sekunden inklusive
2 Seiten Advertorial	35	Sekunden inklusive
1/1-Seite Anzeige oder Advertorial	30	Sekunden inklusive
1/2-Seite Anzeige oder Advertorial	20	Sekunden inklusive
1/3-Seite nur Anzeige	15	Sekunden inklusive
1/4-Seite nur Anzeige	10	Sekunden inklusive
1/8 Seite nur Anzeige	5	Sekunden inklusive
1/16-Seite nur Anzeige (kleinste Einheit)	0	Sekunden inklusive

■ **Weitere Zukaufmöglichkeiten**

Videoerweiterung bis 60 Sekunden	250,00 €	je 10 Sekunden
Videoerweiterung über 60 Sekunden ⁵	150,00 €	je 10 Sekunden
Imagefilme, weitere Formate, ...	auf Anfrage	

■ **Beschreibung der Abwicklung:**

Mit jeder unrabattierten Anzeige erwerben Sie Videosekunden, die ab einer Länge von 60 Sekunden⁵ zu einer zusammenhängenden Video-Reportage umgesetzt werden. Pro Einsatz wird jeweils ein Video erstellt; eine Aufteilung der inkludierten Sekunden ist nicht möglich, diese müssen zusammenhängend genutzt werden. Zusätzliche 10-Sekunden-Abschnitte können jederzeit hinzugebucht werden.

■ **Die Sekunden können kumuliert werden!**

Bei mehreren Anzeigenbuchungen werden die inkludierten Sekunden kumuliert. Das Video muss spätestens mit der ersten gedruckten Anzeige erscheinen. Nicht genutzte Sekunden verlieren am Jahresende ihre Gültigkeit und können nicht übertragen werden.

■ **RABATTE UND IHRE FOLGEN**

je 5% Rabatt auf den Anzeigenpreis werden 5 Sekunden Videozeit abgezogen!

■ **HERAUSGEBER / VERLAG**

Verlagsbüro Bernd Schneider
 Käthe-Kollwitz-Weg 14 | 63526 Erlensee
 Tel. 06181-299 78 50 | E-Mail: info@agil-dasmagazin.de

■ **BANKVERBINDUNG**

Hypovereinsbank Frankfurt/Main
 IBAN DE89 503 201 910 367 514 787
 BIC HYVEDBMM430 / USt.-ID: 241301648

■ **AGIL-DASMAGAZIN**

...ist das Monatsmagazin für Reise und Freizeit - Print und Online. Die Verbreitung der Printausgabe erfolgt bundesweit im Abonnement (Versand über DPAG-Dialogpost) und in der Metropolregion Rhein-Main zusätzlich über Auslagestellen in städtischen Institutionen, Museen, Bildungsinstituten, Kliniken, gehobener Einzelhandel, Top Gastronomie, Banken und Nahversorger des täglichen Bedarfs. Wir decken damit eine der kaufkraftstärksten Regionen in Deutschland ab. Ihre Advertorials, Expertentipps, Reise- und Freizeitempfehlungen können zudem auf unserer Online-Ausgabe www.agil-dasmagazin.de auch als Einzelartikel in den jeweiligen Ressorts oder als Banner auf der Startseite veröffentlicht werden. Nutzen Sie das PLUS-Angebot!

Technische Daten: AGIL-DasMagazin erscheint im **Art-Size-Format: 210 mm breit und 280 mm hoch**. Liefern Sie die Druckdaten mit mind. 300dpi Auflösung im PDF, JPEG oder TIFF-Format. Bitte legen Sie Ihr „Schwarz“ als Graustufen oder im K“-Kanal als reines Schwarz an. Verwenden Sie ausschließlich das Farbprofil „ISO Coated v2 (Fogra 39 L)“ für Bilderdruckpapier.

⁵ Die Laufzeiten ergeben sich aus den kumulierten Anzeigenanteilen



AGIL

Das Reise- und Freizeit-Magazin

■ AUSGABEN UND AUFLAGE

11 Ausgaben pro Jahr - Februar bis Dezember
Erscheinung jeweils am Monatsanfang
Druckauflage/Ausgabe 25.000 Exemplare

■ VERBREITUNG PRINT

BUNDESWEIT IM ABONNEMENT (DPAG - Dialogpost)
und über **AUSLAGESTELLEN** (Metropolregion Rhein-Main)

■ ONLINE + SOCIAL MEDIA

Internet: www.agil-dasmagazin.de | www.agilontour.de
 f @agildasmagazin | @Agil-OnTour | @AGIL TV
 @ AgilOnTour | agildasmagazin
 @agil-dasmagazine

■ ANSPRECHPARTNER:INNEN

Mirjam Sachse Tel. 06181-299 78 56 | ms@agil-dasmagazin.de
 Carmen Schmehl Tel. 06181-299 78 55 | cs@agil-dasmagazin.de
 Mischa Hönighausen Tel. 06181-299 78 69 | mh@agil-dasmagazin.de
 Heribert Cloes Tel. 06181-299 78 60 | hc@agil-dasmagazin.de

■ REICHWEITE, ZIELGRUPPE UND WIRKUNG IN EINEM SYSTEM

AGIL–DasMagazin erreicht Menschen, die Reisen bewusst planen, Qualität schätzen und sich inspirieren lassen möchten – nicht nebenbei, sondern mit Zeit und Aufmerksamkeit. Print dient unserer Leserschaft als verlässliches Medium zum Blättern, Markieren, Aufheben und Wiederfinden. Erwartet werden glaubwürdige Empfehlungen, klare Orientierung und Inhalte, die Lust machen, aber auch bei Entscheidungen helfen.

Die Verbreitung unserer Printausgabe erfolgt bundesweit im Abonnement (Versand über DPAG-Dialogpost) sowie in der Metropolregion Rhein-Main zusätzlich über ausgewählte Auslagestellen. Mit einer Druckauflage von 25.000 Exemplaren erreichen wir monatlich rund 40.000 Leser.

Unsere Website www.agil-dasmagazin.de bildet die digitale Verlängerung des Magazins und erzielt durchschnittlich 11.000–13.000 Nutzer pro Monat bei über 28.000 Seitenaufrufen. Ergänzend versenden wir unseren **Newsletter** an rund 4.000 Abonnenten mit direktem Zugang zum aktuellen E-Paper. Unsere **Gewinnspiele** erreichen durchschnittlich monatlich zusätzlich 4.000–5.000 Teilnehmer.

Mehr als 95 % unserer Nutzer stammen aus dem deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz). Ein Großteil plant aktiv Reisen, Wochenendausflüge oder Freizeitaktivitäten – erkennbar an gezielten Aufrufen zu Themen wie Gruppenreisen, Wohnmobil- und Stellplatzangeboten, Wellness- und Kurzurlauben sowie Erlebnis- und Rundreisen. Die durchschnittliche Verweildauer liegt bei rund 2–3 Minuten pro Besuch bei 2–3 Seitenaufrufen pro Sitzung. Inhalte werden gelesen und genutzt – besonders Reportagen, Reisetipps und Specials führen regelmäßig zu weiterführenden Anbieter-Klicks. Mit der Kampagne „**PRINT & MOTION – Ihre Anzeige lebt weiter**“ verlängern wir Anzeigen und Advertorials als Video-Story auf unserem YouTube-Kanal.

UNSERE LESER – REISESTARK, ENTSCHEIDUNGSFREUDIG, QUALITÄTSORIENTIERT

Best Ager & Genießer (ca. 45–75)

Kaufkräftig, komfortorientiert und erlebnisaffin. Diese Zielgruppe investiert bewusst in Unterkünfte, Genuss, Kultur, Wellness und regionale Besonderheiten und bevorzugt kuratierte Medien statt lauter Werbung.

Aktive Entdecker

Wandern, Radfahren, Seen & Berge, Wochenendtrips, Camping/Vanlife und Ausflüge. Gesucht werden konkrete Tipps, Routen und Inspiration mit unmittelbarem Nutzwert.

Planer & Entscheider im Haushalt

AGIL wird dort gelesen, wo Reisen gebucht werden – häufig am Tisch oder gemeinsam als Paar oder Familie. Angebote werden verglichen, Marken bewusst gewählt.

Regional verbunden & reiselustig

Die Leserschaft interessiert sich sowohl für Ziele in Deutschland und Europa als auch für besondere Fernreisen – stets mit Anspruch auf Authentizität und Verlässlichkeit.

PRINT FUNGIERT DABEI ALS QUALITÄTSFILTER: LANGE KONTAKTZEIT, HOHE ERINNERUNGSLEISTUNG UND MEHRFACHNUTZUNG.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen dem Verlag/büro Bernd Schneider (nachfolgend als „Verlag“ bezeichnet) und dem Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeige“ bezeichnet) eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungstreibende“ bezeichnet) in AGIL – Das Magazin und den Supplements zum Zwecke der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Kalenderjahres abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag 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 ersetzen. Die Rückerstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt oder Streik im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Anzeigen und PR-Anzeigen addiert.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen gleichzeitig 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 (auch Ressort genannt) abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
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 nichts als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Der Verlag behält sich die Ablehnung ungeeigneter Textzeile anzeigender vor, wenn nach verlegerischen, typografischen oder platztechnischen Gesichtspunkten eine Beeinträchtigung der Lesbarkeit der Textteile eintritt.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – 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/Herkunft 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. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder aber Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. 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.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Der Ausschluss bzw. die Beschränkung greift nicht ein bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seiner Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden.
11. Probearbeitze werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probearbeitze. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probearbeitze 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. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 10 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige, übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an lautenden Frist zu zahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
14. 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 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 ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert auf Wunsch ein Belegexemplar an die Rechnungsadresse. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Erscheinen der Anzeige.
18. Sind etwaige Mängel bei den konventionell bzw. digital angelieferten Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich oder liegt keine Referenzvorlage vor, so hat der Werbungstreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen, wenn der Werbungstreibende nicht vor Drucklegung der nächsten Anzeigen Anzeige auf den Fehler hinweist.
19. Soweit nicht wesentliche Vertragspflichten verletzt sind, haftet der Verlag nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Bei einer Inanspruchnahme durch den Auftraggeber ist der Anspruch der Höhe nach auf den Anzeigenpreis begrenzt. Ersatz für fehlerhafte Anzeigen wird nur für die betreffende Ausgabe gewährt.
20. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet aber nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenüberstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigenarifs. Im Innenverhältnis trägt allein der Auftraggeber die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er nicht rechtzeitig sistiert wurde, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht frei.
21. Der Verlag kann für Anzeigen, die in Themen-, Kollektiven und Journalen veröffentlicht werden, von der Preisliste abweichende Formate, Platzierungen und Preise vereinbaren, die auch anteilige Kosten für thematisch unterstützende redaktionell gestaltete Beiträge (RKZ-Beiträge) enthalten können.
22. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- oder Ausgabenänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung. Ebenfalls haftet der Verlag nicht für Fehler aufgrund undeutlicher schriftlicher Aufträge.
23. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Voll- 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 Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
24. SALVATORISCHE KLAUSEL Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon nicht berührt. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame zu ersetzen, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt.