

1 VERLAGSANGABEN

2 ANSPRECHPARTNER

3 KOMBINATIONEN & RABATTE

4 BEIPRODUKTE & SONDERWERBEFORMEN

5 TECHNISCHE DATEN

6 CHECKLISTE DRUCKUNTERLAGEN

7 AGB

1 VERLAGSANGABEN

**VERLAG**

Panini Verlags GmbH  
Rotebühlstraße 87  
70178 Stuttgart www.panini.de

**BANKVERBINDUNG**

UniCredit Bank AG Stuttgart  
BLZ: 600 202 90, Konto: 187 759 56  
BIC: HYVEDEMM47  
IBAN: DE98600202900018775956  
USt.-Id-Nr. DE 159773725

**ZAHLUNGSBEDINGUNGEN**

Die Rechnungsstellung erfolgt zum Erstverkaufstag von Blaufeuer Verlagsvertretungen GmbH im Namen von und für Panini. Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug. Bei Zahlungseingang bis zum Erstverkaufstag 2 % Skonto, wenn keine älteren Rechnungen unbezahlt sind. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite berechnet.

**VERLAGSVERTRETUNG**

Blaufeuer Verlagsvertretungen GmbH  
Immermannstraße 1a  
22765 Hamburg  
Tel.: + 49 (0)40 / 22 63 44 9 - 20  
Fax: + 49 (0)40 / 22 63 44 9 - 21  
info@blaufeuer.com  
www.blaufeuer.com

**ANZEIGEN & KOOPERATIONEN**

Tanja Backhaus  
Tel.: +49 (0)40 22 63 44 92 - 4  
t.backhaus@blaufeuer.com

Bettina Benthien  
Tel.: +49 (0)40 22 63 44 92 - 3  
b.benthien@blaufeuer.com

Kristin Höppner  
Tel.: + 49 (0)40 / 22 63 44 9 - 19  
k.hoepfner@blaufeuer.com

Ilona Wolf  
Tel.: + 49 (0)40 / 22 63 44 9 - 25  
i.wolf@blaufeuer.com

**DISPOSITION, DRUCKUNTERLAGEN & ANLIERERUNG BEIPRODUKTE**

Mascha Deneke & Petra Langholz  
Tel.: + 49 (0)40 / 22 63 44 9 - 26  
disposition@blaufeuer.com

**FINANZEN**

Mandy Bräutigam  
Tel.: + 49 (0)40 / 22 63 44 9 - 29  
m.braeutigam@blaufeuer.com

**GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Tina Gnauck



## 3 KOMBINATIONEN & RABATTE

Alle Panini Rabatte gelten bei Schaltungen innerhalb eines Kalenderjahres und müssen vor Buchung der Werbemittel vereinbart werden. Rabatte können nicht auf bereits berechnete Werbemittel angewendet werden. Wird ein vereinbartes Volumen nicht abgenommen, gilt der Rabatt der Preisliste.

### KOMBINATIONSRABATTE

Die Panini Kombinationen bieten die Möglichkeit, beliebig viele Titel frei miteinander zu kombinieren. Zusätzlich ist der Mal- und Mengenstaffelrabatt anwendbar.

KOMBINATIONEN	RABATT
2 verschiedene Titel	5%
3 verschiedene Titel	8%
4 verschiedene Titel	10%
5 verschiedene Titel	12%
6 verschiedene Titel	14%
7 verschiedene Titel	16%
8 verschiedene Titel	18%
9 verschiedene Titel	20%
10 verschiedene Titel	22%

### MAL- & MENGENSTAFFELRABATTE

Bei mehrfacher Belegung eine Titels innerhalb eines Jahres gilt der Mal- oder Mengenstaffelrabatt.

MALSTAFFEL	RABATT	MENGENSTAFFEL	RABATT
3 Anzeigen	3%	3 Seiten	5%
6 Anzeigen	5%	6 Seiten	10%
12 Anzeigen	10%	9 Seiten	15%
24 Anzeigen	15%	12 Seiten	20%

### VOLUMENRABATTE

bieten die Möglichkeit, innerhalb eines Kalenderjahres beliebig viele Anzeigenschaltungen in den Titeln Ihrer Wahl zu platzieren und den vorher vereinbarten Rabatt anzuwenden.

VOLUMEN	RABATT
ab 20.000 EUR Bruttoumsatz	10%
ab 40.000 EUR Bruttoumsatz	15%
ab 60.000 EUR Bruttoumsatz	20%
ab 80.000 EUR Bruttoumsatz	25%
ab 100.000 EUR Bruttoumsatz	30%
ab 120.000 EUR Bruttoumsatz	35%

### BEILAGEN- & BEIHEFTER VOLUMENRABATTE

bieten die Möglichkeit, innerhalb eines Kalenderjahres beliebig viele Beilagen und Beihefter in den Titeln Ihrer Wahl zu platzieren und den vorher vereinbarten Rabatt anzuwenden.

VOLUMEN	RABATT
ab 15.000 EUR Bruttoumsatz	3%
ab 30.000 EUR Bruttoumsatz	5%
ab 50.000 EUR Bruttoumsatz	8%
ab 80.000 EUR Bruttoumsatz	10%

## 4 SONDERWERBEFORMEN

### MUSTER

Bei Auftragserteilung ist vorab die Vorlage von verbindlichen Mustern notwendig. Bitte schicken Sie zur Prüfung 20 Muster an:

Blaufeuerverlagsvertretungen GmbH  
Immermannstr. 1a, 22765 Hamburg

Die Preise für Beiprodukte sind unverbindlich bis zur Vorlage und Prüfung eines Musters (ggf. Blindmuster). Der Preis bezieht sich auf die maschinelle Verarbeitung. Sollte eine manuelle Konfektionierung nötig sein, kann sich der Preis erhöhen.

Druckauflagen unterliegen Schwankungen, bitte erfragen Sie zum Anzeigenschluss die aktuelle Druckauflage des belegten Magazins!

Die Beschaffenheit der Beiprodukte muss eine reibungslose maschinelle Verarbeitung gewährleisten. Bei eventuell auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Verarbeitung der Sonderinsertionen.

Anlieferungstermin, -adresse und -bedingungen werden Ihnen mit der Auftragsbestätigung mitgeteilt.

## 5 TECHNISCHE DATEN

### DATENTRÄGER

CD-ROM, DVD

Folgende Dateiformate können nicht verarbeitet werden: CorelDraw, PageMaker-Dokumente, PC-Daten, JPG-Komprimierung

### DATENFORMATE

Bevorzugt werden pdf-Dateien (nicht spezifiziert), alternativ pdf X3, offene Dokumente (QuarkXPress, Freehand, Illustrator).

**Bitte beachten:** Für die Titel hey!, Just kick-it!, LandKind, Landfreunde, Mia and Me Special und Star Wars XXL Special max. PDF/X-1.

Mindestprogrammanforderung: QuarkXPress 4.11, Freehand 9, Illustrator 9.02, Photoshop 6.01, InDesign 2.

Umschlag: Bogenoffset / Fogra 39 L

Inhalt: Rollenoffset / Fogra 39 L 300

LandKind: Umschlag und Inhalt Fogra 39L ISOcoated v2 300%

**Photoshop-Dateien:** Als TIFF (Mac, ohne LZW-Komprimierung) oder EPS (keine DCS!), Kodierung binär (kein JPEG!), Kurvennäherung bei Beschneidungspfad ohne Eintrag lassen, keine Rastereinstellung / Druckkennlinie / Postscript-Farbmanagement mitsichern.

**Illustrator Dateien:** Als EPS mit Dokument-Miniaturen und -Schriften sichern.

### DOKUMENTFORMAT

Option „Rastereinstellung des Druckers verwenden“ deaktivieren, „Lange Pfade teilen“ aktivieren.

Quark-EPS: Nur mit Beschnitt, alle Schriften mitgeliefert und ohne Sonderfarben in der Originaldatei angelegt.

### DATENBESCHAFFENHEIT

Alle Dokumente in einem Ordner gesammelt, alle verwendeten Schriften beigelegt.

**Beschnittzugabe: mind. 5 mm an allen Seiten. Beschnittsicherheit: wichtige Bild- und Textelemente einer Anzeige bitte mit mind. 5 mm Abstand zum Beschnitt.**

Farbraum CMYK – alle Farben als Prozess-Farben (CMYK-Vierfarbauszüge) definieren; keine angelegten Sonderfarben in Quark-Dokumenten, Illustrator-EPSEN und Freehand-EPSEN; schwarze Flächen mit 40% Cyan und 100% Schwarz anlegen; keine Sonderzeichen in allen Namensgebungen (z.B. Schrägstrich, Punkt usw.), alle Abbildungen als Feindaten mit 305 dpi bzw. 12 pxl/cm

### ALLGEMEINE HINWEISE

Datenanlieferung nur mit ausgefülltem Datenanlieferschein und verbindlichem Proof. Bei Datenübertragung per ISDN oder Speicherung auf dem FTP-Server bitte Datei genau benennen (Kunde, Titel, Ausgabe). Alle gelieferten Dokumente müssen vollständig mit Feindaten, Schriften und Grafiken angeliefert werden. Ansprechpartner für evtl. Rückfragen sollten mit Telefonnummer oder E-Mail-Adresse genannt werden.

### ANLIEFERUNGSDRESSE FÜR DRUCKUNTERLAGEN

Schulz + Co GmbH

z. Hd. Jens Friedrich

Mühlenkamp 6c

22303 Hamburg

j.friedrich@schulz-und-co.de

## 6 CHECKLISTE DRUCKUNTERLAGEN

---

Bitte überprüfen Sie das Nettoformat, welches in der Spezifikation für den Druckauftrag festgelegt ist und fordern Sie diese Spezifikation ggf. bei der Disposition an. Alle technischen Parameter müssen nach Druckereivorgaben auf das jeweilige Druckverfahren und den Bedruckstoff (also z.B. Rasterung, Tonwertzuwächse, Beschnittzugaben, Fräsrand etc.) abgestimmt werden.

Das definitive Seitenformat (beschnittenes Endformat) muss mit entsprechenden Eck-, Falz-, Trenn- und Schneidemarken, Passmarken winkelgenau und 3 mm vom Beschnitt entfernt angelegt sein. Gegebenenfalls muss der Aufriss (Einzelnutzen-Ausschießschema) der Druckerei berücksichtigt werden.

Alle Seiten sind mit zzgl. 5 mm Beschnitt rundum zum Nettoformat anzulegen.

Alle **wichtigen und lesbaren Elemente** (wie Texte, Bilder, Grafiken, EANCode) müssen einen Abstand von min. 5 mm zum Nettoformat aufweisen. Bei Schriften gilt dies auch für die Oberlängen (zum Kopfbeschnitt einer Seite) und Unterlängen (zum Fußbeschnitt einer Seite).

Negativschriften < 8 pt dürfen nur in absoluten Ausnahmen und unter Absprache mit Panini verwendet werden.

### **Abstand zum Bund:**

- Bei Magazinen und fadengehefteten Büchern überlaufende Texte mit min. 3 mm Abstand zum Bund/ Falz anlegen.
- LandKind und Landfreunde: Bei klebegebundenen (rückengefrästen) Büchern überlaufende Texte und Gestaltungsfläche mit min. 10 mm Abstand zum Bund/Falz anlegen. Alle wichtigen und lesbaren Elemente müssen einen Abstand von min. 5 mm zum Nettoformat aufweisen.

Bitte möglichst auf Gesichter und wichtige Bilddetails direkt im Falz (Bund) verzichten.

Bitte berücksichtigen Sie, dass im Druck Zeichnung eher verloren geht: d.h. starke Lichtreflexe mit wenig bzw. kaum Zeichnung im Druck „weiß“ werden und dunkle Flächen mit wenig Zeichnung „zulaufen“.

Flächen mit 100% Schwarz müssen mit mind. 40% Cyan unterlegt sein.

### Allgemeine Geschäftsbedingungen

#### 1. Geltung

Der Verlag erbringt seine Leistungen im Zusammenhang mit Anzeigenaufträgen und Aufträgen über die Veröffentlichung von Beilagen, Beiheftern, Beiklebern etc. sowie sonstiger technischer Sonderausführungen des Kunden ausschließlich auf der Grundlage dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen regeln die Vertragsbeziehungen zwischen dem Verlag und dem Kunden. Von diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende oder ihnen widersprechende Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder sonstige Vertragsbedingungen des Kunden sind für den Verlag nicht verbindlich, es sei denn der Verlag hätte dies ausdrücklich schriftlich bestätigt. Im Übrigen haben Vorrang vor diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nur zwischen dem Verlag und dem Kunden individuell ausgehandelte und schriftlich fixierte Vereinbarungen.

#### 2. Vertragsgegenstand

Gegenstand der mit dem Kunden auf Basis dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen geschlossenen Verträge sind die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder die Beifügung von sonstigen Werbemitteln, insbesondere von Beilagen, Beiheftern, Beiklebern, Print-Promotion oder Warenproben sowie von sonstigen technischen Sonderausführungen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer oder mehreren Druckschrift(en) des Verlages zum Zwecke der Vervielfältigung und Verbreitung.

#### 3. Zustandekommen des Vertrages

Der Vertrag zwischen dem Verlag und dem Kunden kommt erst zustande, wenn der Kunde in Schrift- oder Textform eine Auftragsbestätigung des Verlages erhalten hat.

#### 4. Leistungsumfang

(1) Der Umfang sowie die genaue Beschreibung der von dem Verlag zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der dem Kunden vom Verlag in Schrift- oder Textform übersandten Auftragsbestätigung oder dem Angebot des Verlages.

(2) In der Regel schuldet der Verlag bei Abdruck einer Anzeige die für die belegte Druckschrift übliche durch-

schnittliche Druckqualität im Rahmen der durch die Qualität der Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten sowie die Verbreitung der Anzeige in der entsprechenden Druckschrift. Weitergehende Leistungen werden vom Verlag nur erbracht, wenn dies zwischen den Parteien gesondert vereinbart wurde. Eine vom Kunden gewünschte, bestimmte Farbqualität kann nur erbracht werden, wenn mit den Druckvorlagen für Farbanzeigen auf Papier ein Farb-Proof vom Kunden geliefert wird. Ohne Farb-Proof, insbesondere bei ausschließlich digitaler Übermittlung der Druckvorlagen, sind Farbabweichungen unvermeidbar. Wurden keine Abdruckgrößen zwischen den Parteien vereinbart, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt und vorgenommen. Der Verlag ist, soweit dies nicht zwischen den Parteien ausdrücklich vereinbart wurde, nicht verpflichtet eine bestimmte Rubrizierung oder Platzierung vorzunehmen.

(3) Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

(4) Der Verlag ist nicht verpflichtet Probeabzüge zu liefern. Sollten an den Kunden Probeabzüge geliefert werden, obliegt die rechtzeitige fristgemäße Rücksendung und ordnungsgemäße, fehlerfreie Korrektur dem Kunden. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei Übersendung des Probeabzugs an den Kunden gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Kunde innerhalb der gesetzten Frist den Probeabzug nicht zurück, wird die Anzeige entsprechend dem Probeabzug abgedruckt. Durch Rücksendung des Korrekturabzugs genehmigt der Kunde Form und Inhalt der Anzeige (Imprimatur).

(5) Der Verlag liefert mit der Rechnung nur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages.

(6) Druckunterlagen werden nur auf ausdrückliche Anforderung des Kunden zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckvorlagen durch den Verlag endet drei Monate nach Erscheinen der Anzeige oder Verbreitung des vom Kunden gelieferten Werbemittels (Beilagen etc.).

(7) Der Kunde ist verantwortlich für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der gelieferten Text- und Bildvorlagen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen

auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Der Verlag ist gegenüber dem Kunden nicht verpflichtet, Anzeigen, Beilagen und sonstige vom Kunden gelieferte Werbemittel auf ihre Rechtmäßigkeit und auf eine etwaige Verletzung von Rechten Dritter zu prüfen.

(8) Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

(9) Der Verlag behält sich vor, den Abschluss von Verträgen gemäß Ziffer 2. dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt oder Gestaltung gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag aus anderen Gründen unzumutbar ist, zum Beispiel wegen eines Verstoßes gegen die verlegerische Grundhaltung, wegen der Erschöpfung des Anzeigenraums oder mangels technischer Realisierbarkeit. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden. Keine Anzeige darf sich mit Produkten befassen, die für Kinder gesundheitsschädlich oder deren charakterlicher Entwicklung möglicherweise abträglich sind, so z.B. Tabakerzeugnisse, alkoholische Getränke, Glücksspiele usw. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung durch den Verlag sowie Übersendung einer Auftragsbestätigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift des Verlages erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

(10) 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 durch den Abruf der restlichen Anzeigen von Seiten des Kunden abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird. Nach Ablauf dieser Fristen wird der Verlag von seiner Leistungspflicht befreit, der Kunde bleibt jedoch zur Entrichtung der vereinbarten Gegenleistung verpflichtet. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der

in Satz 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

(11) Der Verlag ist nicht verpflichtet, von dem Kunden nach Vertragsschluss geäußerte, von der Auftragsbestätigung abweichende Änderungsverlangen durchzuführen. Hierzu bedarf es einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung sowie der Übernahme der zusätzlich entstehenden Kosten durch den Kunden.

#### 5. Mitwirkungspflichten des Kunden

(1) Der Kunde ist verpflichtet, den Verlag bei der Erfüllung seiner vertraglichen Verpflichtungen in jeder Form zu unterstützen, insbesondere ist der Kunde verantwortlich für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes sowie einwandfreier, den Vorgaben des Verlages entsprechender Druckunterlagen sowie Beilagen und sonstiger zur Erfüllung des Auftrages erforderlicher Werbemittel und Unterlagen. Wurde über den Zeitpunkt der Lieferung der Unterlagen zwischen dem Verlag und dem Kunden keine besondere Vereinbarung getroffen, ist der in den Mediaunterlagen genannte Anzeigenschlusstermin maßgeblich. Für offensichtlich ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

(2) Sollten dem Kunden von dem Verlag vereinbarungsgemäß Probeabzüge übersandt werden, ist der Kunde verpflichtet, diese innerhalb der vom Verlag gesetzten Frist zu korrigieren oder zu genehmigen und freizugeben und sie in der vereinbarten Form fristgemäß an den Verlag zurückzusenden.

(3) Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht und platziert 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.

(4) Der Kunde ist verpflichtet, digital übermittelte Druckunterlagen frei von so genannten Computerviren, Würmern und sonstigen Schadquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Schadquellen der vorbezeichneten Art, wird der Verlag zur Schadensbegrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens

der Schadensquelle auf die EDV-Anlage des Verlages) die Daten löschen, ohne dass dies den Kunden berechtigt, Schadensersatzansprüche geltend zu machen. Der Verlag behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn dem Verlag durch solche von dem Kunden infiltrierte Schadensquellen Schäden entstanden sind.

(5) Der Kunde ist verpflichtet, das von ihm gelieferte Bild- und Textmaterial auf Vollständigkeit, Richtigkeit und Rechtmäßigkeit zu überprüfen. Sollte der Verlag von Dritten wegen der Rechtswidrigkeit des von dem Kunden gelieferten Text- und Bildmaterials für eine Anzeige oder der von dem Kunden zur Beifügung in den Druckschriften des Verlages gelieferten Werbemittel auf Unterlassung, Schadensersatz oder in sonstiger Weise in Anspruch genommen werden und hat der Verlag, seine Erfüllungsgehilfen oder gesetzlichen Vertreter dies nicht durch eine Pflichtverletzung zu vertreten, wird der Kunde den Verlag von allen Ansprüchen Dritter freistellen und dem Verlag den diesem entstandenen Schaden einschließlich der Kosten seiner Rechtsverteidigung (Anwaltskosten, Gerichtskosten, Sachverständigenkosten, Zeugengelder etc.) erstatten. Der Verlag ist berechtigt, diesbezüglich einen angemessenen Vorschuss zu verlangen. Der Verlag wird den Kunden unverzüglich von einer Inanspruchnahme oder Abmahnung durch einen Dritten in Kenntnis setzen und die Vorgehensweise mit dem Kunden abstimmen. Sollte eine Einigungsbereitschaft des Kunden über ein gemeinsames Vorgehen aus Gründen der Eilbedürftigkeit, mangels der Einigungsbereitschaft des Kunden oder aus sonstigen Gründen nicht möglich sein, ist der Verlag berechtigt, sich gegen die Ansprüche des Dritten allein zu verteidigen und etwaige Ansprüche anzuerkennen.

(6) Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an ihre Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

## 6. Vergütung

(1) Sollten die Parteien keine anderweitigen Vereinbarungen getroffen haben, richtet sich die Vergütung für die von dem Verlag aufgrund dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu erbringenden Leistungen jeweils nach den aktuell gültigen Preislisten. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Kunden gewünschte oder zu

vertretende erhebliche Änderungen von den in der Auftragsbestätigung vereinbarten Ausführungen hat der Kunde zusätzlich zu tragen. Rabatte werden gemäß den Rabattstaffeln nach Erscheinen der Anzeigen beim Erreichen der einzelnen Rabattstufen gewährt. Sämtliche Preisangaben verstehen sich als Nettopreise. Hinzu kommt jeweils die gesetzliche Umsatzsteuer in der derzeit gültigen Höhe. Etwaige Nachlässe werden nach der Preisliste gewährt. Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % erforderlich. Der Verlag ist berechtigt, im Einzelfall, insbesondere bei Kunden/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

(2) Unter Vorbehalt von Absatz 1 Satz 7 stellt der Verlag unmittelbar nach Vertragsschluss Rechnung. Die Rechnungen sind, sofern die Parteien nichts Abweichendes vereinbart haben, sofort nach Zugang bei dem Kunden zur Zahlung fällig.

(3) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in der gesetzlich vorgesehenen Höhe und Einziehungskosten berechnet, wenn nicht der Verlag im Einzelfall einen höheren Schaden nachweist. Der Verlag ist berechtigt, bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückzustellen und für weitere Anzeigen Vorauszahlung zu verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Kunden ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenvertrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Gesamtbetrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

(4) Die Geltendmachung weiterer Ansprüche wegen Zahlungsverzugs bleibt dem Verlag vorbehalten.

## 7. Aufrechnungs- und Zurückbehaltungsrecht

(1) Gegen Ansprüche des Verlages kann der Kunde nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen aufrechnen.

(2) Dem Kunden steht die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts nur wegen Gegenansprüchen aus demselben Vertragsverhältnis zu, auf dem die Forderung des

Verlages beruht.

## 8. Verspätete Leistung/Nichtleistung

(1) Der Verlag erbringt seine Leistungen innerhalb der zwischen den Parteien vereinbarten, in der Auftragsbestätigung genannten Leistungsfristen.

(2) Die Einhaltung der Leistungsfristen durch den Verlag setzt voraus, dass der Kunde seine Vorleistungs- und/oder Mitwirkungspflichten rechtzeitig, vollständig und ordnungsgemäß erfüllt. Andernfalls verlängert sich die jeweilige Frist um den der kundenbedingten Verzögerung entsprechenden Zeitraum unter Berücksichtigung der Erscheinungstermine der Druckerzeugnisse, für die die Anzeigen oder Beilagen des Kunden bestimmt waren.

(3) Der Verlag wird in Fällen höherer Gewalt, wie zum Beispiel Naturkatastrophen, Kriegen sowie Beschlagnahme, sowie bei sonstigen Ereignissen außerhalb des Einflussbereiches des Verlages, wie zum Beispiel Streik oder Aussperrung, und bei sämtlichen von dem Verlag nicht zu vertretenden Betriebsstörungen von seiner Leistungspflicht befreit. Der Kunde wird in diesen Fällen von der Gegenleistung befreit. Sollte er die Vergütung bereits bezahlt haben, wird sie ihm erstattet.

(4) Sollte der Verlag den Auftrag im Falle des Absatz 3 jedoch mit 80 % der von dem Verlag zugesicherten Auflage erfüllt haben, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der Anzeigen oder Beilagen. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

(5) Erbringt der Verlag in allen anderen Fällen eine fällige Leistung nicht oder nicht fristgerecht, so muss der Kunde dem Verlag eine angemessene Frist zur Leistung oder Nacherfüllung setzen. Gelingt dem Verlag die Leistung oder Nacherfüllung nicht innerhalb der vom Kunden bestimmten angemessenen Frist oder verweigert er diese, so ist der Kunde berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

Die Nachfristsetzung des Kunden ist nur dann entbehrlich, wenn er den Fortbestand seines Leistungsinteresses ausdrücklich an die Rechtzeitigkeit der Leistung gebunden hat. Die Geltendmachung etwaiger Schadensersatzansprüche bleibt hiervon unberührt.

(6) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Kunde, unbeschadet

etwaiger weiterer Rechtspflichten, die Differenz zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf Störungen im Risikobereich des Verlages beruht.

## 9. Rechte des Kunden bei Mängeln

(1) Bei mangelhafter Leistung des Verlages, insbesondere bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck einer Anzeige kann der Verlag den Mangel nach seiner Wahl durch Nachbesserung oder Nachlieferung beseitigen (Nacherfüllung). Dem Verlag stehen regelmäßig mindestens zwei Nacherfüllungsversuche zu. Der Verlag kann die Nacherfüllung zurückweisen, wenn sie nur unter unverhältnismäßigem Zeitaufwand oder nur mit unverhältnismäßigem Kosten möglich ist.

(2) Bei Fehlschlägen der Nacherfüllung nach mindestens zwei Versuchen nach angemessener Fristsetzung durch den Kunden oder bei ernsthafter und endgültiger Verweigerung der Nacherfüllung durch den Verlag kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten oder die Vergütung durch Erklärung gegenüber dem Verlag angemessen mindern. Bei unerheblichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Die Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen bleibt unberührt.

(3) Die Rechte gemäß Absatz 1 und 2 stehen dem Kunden nicht zu, wenn der Mangel auf die Verletzung seiner Mitwirkungspflichten zurückzuführen ist. So kann insbesondere die Übersendung von mehr als einer Druckvorlage, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch des Kunden nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen, die nicht zu Reklamationen berechtigen. Sind etwaige Mängel der Druckunterlagen nicht offensichtlich, sondern werden diese erst während des Druckvorganges erkennbar, so stehen dem Kunden bei ungenügendem Abdruck keine Mängelansprüche zu. Der Verlag behält sich die Berechnung entstehender Mehrkosten für Reproduktion in diesen Fällen vor. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben stellen keinen Mangel dar, der zur Geltendmachung von Ansprüchen nach Absatz 1 und 2 berechtigt. Gleiches gilt für unerwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen.



## 10. Haftung

(1) Der Verlag haftet in voller Höhe für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer eigenen vorsätzlichen oder fahrlässigen Pflichtverletzung oder einer vorsätzlichen oder fahrlässigen Pflichtverletzung seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen.

(2) Der Verlag haftet für sonstige Schäden, die auf eigener vorsätzlicher oder grob fahrlässiger Pflichtverletzung oder auf vorsätzlicher oder grob fahrlässiger Pflichtverletzung seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen, unbeschränkt.

(3) Für die verbleibenden Schäden haftet der Verlag dem Grunde nach bei jeder schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten), es sei denn der Verlag kann sich kraft Handelsbrauches von der Haftung freizeichnen. Der Höhe nach haftet der Verlag in diesen Fällen begrenzt auf den Ersatz der Schäden, die bei Vertragsabschluss typisch und vorhersehbar sind. Dies entspricht der für die betreffende Anzeige oder Beilage zwischen den Parteien vereinbarten Vergütung. Im Übrigen ist eine Haftung des Verlages ausgeschlossen.

(4) Eine etwaige Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz oder wegen des arglistigen Verschweigens von Mängeln oder wegen Beschaffenheitsgarantien bleibt unberührt.

(5) Ein Mitverschulden infolge der unzureichenden Erbringung von Mitwirkungsleistungen, der verspäteten Anzeige von Schäden oder infolge von Organisationsfehlern ist dem Kunden anzurechnen.

(6) Der Kunde ist verpflichtet, dem Verlag etwaige Schäden im Sinne vorstehender Haftungsregelungen unverzüglich schriftlich anzuzeigen oder sie von dem Verlag aufnehmen zu lassen, sodass der Verlag möglichst frühzeitig informiert ist und erforderlichenfalls gemeinsam mit dem Kunden Schadensminderung betreiben kann. Ein Verstoß gegen diese Informationspflicht kann zu einer Minderung oder dem Ausschluss des Schadensersatzanspruches führen.

## 11. Verjährung

(1) Alle Mängelansprüche des Kunden einschließlich der Schadensansprüche wegen Mängeln verjähren innerhalb von einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn. Einhergehende Rücktrittsrechte können ebenfalls nur

innerhalb dieser Frist geltend gemacht werden.

(2) Schadensersatzansprüche aufgrund von Pflichtverletzungen, die keinen Mangel darstellen, verjähren innerhalb von 18 Monaten ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, soweit nicht Ansprüche wegen der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit oder vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtverletzungen des Verlages, seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen betroffen sind.

## 12. Schlussbestimmungen

(1) Leistungs- und Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

(2) Im Geschäftsverkehr mit Unternehmern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen aus und im Zusammenhang mit Verträgen, die auf der Grundlage dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen geschlossen werden, einschließlich Scheck- und Wechselklagen ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Ist der Wohn- oder Geschäftssitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Kunden, auch bei Verbrauchern, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz, Geschäftssitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

(3) Auf das Vertragsverhältnis findet ausschließlich deutsches Recht mit Ausnahme des internationalen Kaufrechts und des UN-Kaufrechts Anwendung.

## 13. Inhaber

Panini Verlags GmbH  
Rotebühlstraße 87  
70178 Stuttgart