

(3) Das Gewicht eines Zeitungspaketes darf 10 kg. nicht überschreiten.

(4) Leistungsort für die Lieferung von Presseergebnissen, die von den Verlagen versandfertig für die Lieferung an die örtlichen Dienststellen der Deutschen Post verpackt geliefert werden, ist die Rampe der Druckerei. Die Zeitungssendungen sind mit einer Ladeliste nach Abweisungen sortiert zu liefern.

(5) Für die Lieferung aller anderen Presseergebnisse ist die Rampe des Zeitungsvertriebsamtes Leistungsort. Die Rampe eines von der Deutschen Post festgelegten Postamtes an einem Container-Standort der Deutschen Post oder, sofern die Lieferung in Großcontainern erfolgt, der ladegerecht von der Deutschen Post bereitgestellte Großcontainer können als Leistungsort vereinbart werden.

(6) Der Leistungsort für die Lieferung importierter Presseergebnisse ergibt sich aus den dafür geltenden Rechtsvorschriften*.

§9

Sondernummern und Doppelnummern

(1) Sondernummern sind Nummern der Presseergebnisse, die über die in der Postzeitungsliste festgelegte Erscheinungsweise hinaus herausgegeben werden. Über ihren Vertrieb sind zwischen den Verlagen und der Deutschen Post besondere vertragliche Vereinbarungen zu treffen. Für die Übergabe des Vertragsangebots, außer bei Sondernummern von Tageszeitungen aus aktuellem Anlaß, finden die Bestimmungen des § 5 entsprechende Anwendung.

(2) In Ausnahmefällen können zwei Einzelnummern zu einer Doppelnummer zusammengefaßt werden. Das Zusammenfassen von zwei Nummern aus verschiedenen Inkassozeiträumen ist unzulässig. Der Einzelverkaufspreis einer Doppelnummer muß das Doppelte des Einzelverkaufspreises der Einzelnummer betragen. Über die Lieferung einer Doppelnummer ist die Deutsche Post 4 Wochen vor dem Liefertermin, der für die erste der zur Doppelnummer zusammengefaßten Zeitungsnummern vereinbart wurde, zu informieren.

§10

Beilagen

(1) Die Verlage können den Presseergebnissen Verlags- und Fremdbeilagen beifügen. Als Verlagsbeilagen gelten solche, die ihrem Inhalt nach als Bestandteil der Presseergebnisse anzusehen sind. Werbedrucksachen der Verlage gelten als Verlagsbeilagen. Für Fremdbeilagen erhebt die Deutsche Post eine Gebühr vom Verlag.

(2) Beilagen sollen den Vermerk „Beilage“ und den Titel des Presseergebnisses, zu dem sie gehören, tragen. Verlagsbeilagen, die ständiger Bestandteil eines Presseergebnisses sind, müssen diese Angaben enthalten. Für weitere Anforderungen an die Beschaffenheit von Beilagen zu Presseergebnissen, bei denen die Abonnementsauflage für die Aushändigung an die Abonnenten maschinell adressiert wird, gilt der entsprechende Fachbereichsstandard**.

(3) Beilagen, die nicht ständiger Bestandteil eines Presseergebnisses sind, sind 4 Arbeitstage vor der Lieferung der Nummer des Presseergebnisses, zu der sie gehören, beim zuständigen Auflieferungspostamt schriftlich anzumelden. Der Anmeldung ist ein Belegexemplar beizufügen oder nachzureichen.

(4) Das Beilegen hat grundsätzlich durch die Verlage zu erfolgen. Die Deutsche Post kann mit den Verlagen vereinbaren, daß Verlagsbeilagen ausnahmsweise durch die Deutsche Post beigelegt werden. Für das Beilegen erhebt die Deutsche Post eine Gebühr vom Verlag.

* Z. Z. gilt die Vierte Durchführungsverordnung vom 16. Mai 1973 zum Vertragsgesetz — Wirtschaftsverträge zur Sicherung des Exports und des Imports — (GBl. I Nr. 29 S. 277).

** Z. Z. gilt der Fachbereichsstandard Zeitschriften — Formate — TGL 24 467.

§11

Informationsaustausch und Zusammenarbeit bei der Werbung und Marktforschung

(1) Art, Umfang und Termin des ständigen gegenseitigen unentgeltlichen Informationsaustausches zwischen den Verlagen und der Deutschen Post werden in den Koordinierungsvereinbarungen und Wirtschaftsverträgen vereinbart. Weitere Informationen stellt die Deutsche Post auf Antrag der Verlage im Rahmen ihrer Möglichkeiten zur Verfügung. Für die Übergabe dieser Informationen haben die Verlage der Deutschen Post die entstehenden notwendigen Aufwendungen zu ersetzen.

(2) Veröffentlichungen der Verlage, die Fragen des Vertriebs von Presseergebnissen berühren, sind mit der Deutschen Post abzustimmen. Von den Verlagen hergestellte oder veröffentlichte Bestellscheine und Nachsendungsanträge müssen den Vordrucken der Deutschen Post entsprechen.

(3) Die beiderseitigen Vorhaben auf dem Gebiet der Werbung und der Marktforschung sind in die Wirtschaftsverträge aufzunehmen und die dazu vorgesehenen Veröffentlichungen zwischen den Verlagen und der Deutschen Post abzustimmen.

(4) Die Verlage haben an die Deutsche Post bei allen Presseergebnissen, die durch die Deutsche Post vertrieben werden, von jeder Nummer ein Pflichtexemplar abzuliefern.

Abschnitt III

Liefer- und Leistungsbedingungen der Deutschen Post beim Vertrieb im Abonnement

§12

Grundsatz

(1) Die Deutsche Post schließt mit dem Abonnenten einen Vertrag über die fortlaufende Lieferung von Presseergebnissen (Abonnement) ab. Das Abonnement ist unbefristet. Es kommt nach Zugang der Bestellung (Abonnementsbestellung) zum Beginn des folgenden Inkassozeitraumes zustande, sofern die Deutsche Post die Annahme der Abonnementsbestellung nach § 13 Abs. 3 nicht ausdrücklich ablehnt, und endet durch Kündigung. Das Abonnement endet ohne Kündigung, wenn das Presseergebnis nicht mehr erscheint.

(2) Die Deutsche Post kann den Abschluß von Abonnements zugunsten Dritter einschränken.

§13

Bestellung

(1) Abonnementsbestellungen nehmen die Postämter, die Poststellen, die Zusteller, die Werbeberater und die Verkaufsstellen des Postzeitungsvertriebs zur Weiterleitung an den zuständigen Postzeitungsvertrieb entgegen. Abonnementsbestellungen zur Lieferung an Empfänger außerhalb der Deutschen Demokratischen Republik sind an das Zeitungsvertriebsamt zu senden.*

(2) Abonnementsbestellungen bedürfen der Schriftform. Für Abonnementsbestellungen sollen die Vordrucke der Deutschen Post verwendet werden.

(3) Die Deutsche Post kann die Annahme einer Abonnementsbestellung ablehnen, wenn die für den Vertrieb zur Verfügung stehende Auflage des Presseergebnisses ausgeschöpft ist. Abonnementsbestellungen zur Lieferung an Empfänger außerhalb der Deutschen Demokratischen Republik werden für Presseergebnisse, die im Bestimmungsland erscheinen, nicht angenommen. Die Annahme von Abonne-

* Die Anschrift des Zeitungsvertriebsamtes lautet:

Deutsche Post
Zeitungsvertriebsamt
1004 Berlin
Straße der Pariser Kommune 3—4