

Familienanzeigen

Edition 2004/2005



**LIPPISCHE
L A N D E S
Z E I T U N G**

Trauerdanksagungen

Helvetica

Times

41



42



43



44



45



46



47



48



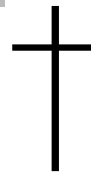
49



50



51



52



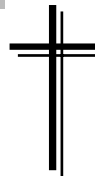
53



54



55



56



57



58



59



60



Trauerdanksagungen

Anzeigenmuster 54 · Schrift: Times · Motiv: 41

Größe: 3-sp. / 60 mm

Statt Karten

Lina Lipmann

† 31. 7. 2002



Überwältigend war die liebevolle
Anteilnahme beim Heimgang
meiner Frau.

Ich danke allen, die mir in diesen
schweren Stunden mit so viel Trost
und Hilfe zur Seite standen.

Maximilian Lipmann

Detmold, im August 2002

Anzeigenmuster 55 · Schrift: Helvetica · Motiv: 42

Größe: 3-sp. / 50 mm



**Maximilian
Lipmann**

Statt Karten

Es ist schwer, einen geliebten Menschen zu verlieren.

Allen, die uns durch Wort, Schrift und Blumen ihre
Verbundenheit gezeigt haben, gilt unser aufrichtiger Dank.

Im Namen aller Angehörigen:

Lina Lipmann

Detmold, im August 2002

Anzeigenmuster 56 · Schrift: Times · Motiv: 51

Größe: 3-sp. / 40 mm

Statt Karten

Herzlichen Dank allen, die sich in stiller Trauer mit uns verbunden fühlten und ihre
Anteilnahme auf so liebevolle Weise zeigten.

† **Lina Lipmann**

Im Namen aller Angehörigen: **Maximilian Lipmann**

Trauerdanksagungen

Anzeigenmuster 57 · Schrift: Helvetica · Motiv: 51

Größe: 2-sp. / 80 mm



Statt Karten

Ich bedanke mich sehr herzlich für die zahlreichen Beweise der Anteilnahme beim Heimgang meines geliebten Mannes.

Im Namen aller Angehörigen:
Lina Lipmann

Detmold, im August 2002

Maximilian Lipmann
† 31. 7. 2002

Anzeigenmuster 58 · Schrift: Times

Größe: 2-sp. / 60 mm

Statt Karten

Es war sehr tröstlich und beeindruckend für mich, durch die vielfältigen Zeichen der Anteilnahme anlässlich des Todes meiner lieben Frau noch einmal die Verbundenheit aller Freunde und Bekannten zu erleben.

Hierfür möchte ich mich ganz herzlich bedanken.
Maximilian Lipmann

Lina Lipmann
† 31. 7. 2002

Anzeigenmuster 59 · Schrift: Helvetica

Größe: 2-sp. / 40 mm

Maximilian Lipmann
† 31. 7. 2002

Herzlichen Dank allen, die sich in stiller Trauer mit uns verbunden fühlten.

Im Namen aller Angehörigen: **Lina Lipmann**

Detmold, im August 2002

Preise

I Traueranzeigen

Seite 21	Muster 36	271,32 EUR
Seite 21	Muster 37	440,90 EUR
Seite 22	Muster 38	305,24 EUR
Seite 22	Muster 39	406,98 EUR
Seite 23	Muster 40	339,15 EUR
Seite 23	Muster 41	373,07 EUR
Seite 24	Muster 42	180,88 EUR
Seite 24	Muster 43	293,93 EUR
Seite 25	Muster 44	203,49 EUR
Seite 25	Muster 45	271,32 EUR
Seite 26	Muster 46	226,10 EUR
Seite 26	Muster 47	248,71 EUR

I Nachrufe

		private Inserenten:	geschäftliche Mo.–Fr.	Inserenten: Sa.
Seite 29	Muster 48	271,32 EUR	556,92 EUR	622,61 EUR
Seite 29	Muster 49	271,32 EUR	556,92 EUR	622,61 EUR
Seite 30	Muster 50	305,24 EUR	626,54 EUR	700,43 EUR
Seite 30	Muster 51	248,71 EUR	510,51 EUR	570,72 EUR
Seite 31	Muster 52	339,15 EUR	696,15 EUR	778,26 EUR
Seite 31	Muster 53	226,10 EUR	464,10 EUR	518,84 EUR

I Trauerdanksagungen

Seite 33	Muster 54	203,49 EUR
Seite 33	Muster 55	169,58 EUR
Seite 33	Muster 56	135,66 EUR
Seite 34	Muster 57	180,88 EUR
Seite 34	Muster 58	135,66 EUR
Seite 34	Muster 59	90,44 EUR

Alle Preise inkl. MwSt.; sämtliche Preisangaben auf den Seiten der freudigen Familienanzeigen sind als Endpreise inkl. MwSt. zu verstehen. Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 58 vom 01.01.2012.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel vor 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 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 Vertrag 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. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift 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.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – 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 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 Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder 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 Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist 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 der Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines 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 dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg schriftlich geltend gemacht werden.
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 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. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. 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 Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeit-

schriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v.H., beträgt. 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.

18. Bei Chiffre-Anzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe aus Chiffre-Anzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffre-Anzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht in Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers 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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.
- b) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsbliche Sorgfalt an. Er haftet aber nicht, wenn er von dem Auftraggeber irreführt oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.
- c) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er siziert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen sizierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.
- d) Für nicht oder nicht termingerecht ausgeführte Anzeigen- oder Beilagenaufträge wird kein Schadenersatz geleistet. Im Falle höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens besteht kein Anspruch auf Auftragserteilung oder Schadenersatz.
- e) Für zu gestaltende Anzeigen wählt der Verlag die Schrift, Satzordnung und Umrandung entsprechend seinen technischen Möglichkeiten. Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen, die erst beim Druckvorgang deutlich werden, begründen für den Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz wegen ungenügenden Abdrucks. Bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen ist jeder Anspruch ausgeschlossen, wenn der Inserent nicht vor Drucklegung der nächsten Anzeige auf den Fehler hinweist.
- f) Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.
- g) Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Eine Provision wird nur gewährt, wenn der Auftrag unmittelbar vom Werbemittelerteiler und Texte bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Für Anzeigenaufträge, die zum ermäßigten Grundpreis abgerechnet werden, und für amtliche Bekanntmachungen besteht kein Anspruch auf Vermittlungsprovision.
- h) Der Verlag behält sich das Recht vor, bei Abnahme von 200.000 mm sowie in Verlagsbeilagen Sondervereinbarungen zu treffen. Die von der derzeit gültigen Preisliste abweichenden Sonderkonditionen haben nur Gültigkeit nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag. Neue Preise und Geschäftsbedingungen werden mit dem Tag ihres Inkrafttretens wirksam. Für laufende Anzeigenabschlüsse wird eine Übergangsfrist von drei Monaten gewährt. Der Verlag kann für Anzeigen, die in Themenkollektiven erscheinen, von der Preisliste abweichende Konditionen vereinbaren, die auch anteilige Kosten für thematisch unterstützende, redaktionell gestaltete Beiträge enthalten.
- i) Bei der Belegung von Bezirks- bzw. Teilausgaben und sonstigen Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen ist ein gesonderter Abschluss für die betreffende Ausgabe oder Kombination zu tätigen. Sofern außerdem für die Gesamtausgabe ein Auftrag vorliegt, wird für die Nachlassberechnung der Bezirks- bzw. Teilausgaben die Abnahmemenge der Gesamtausgabe Neue Westfälische hinzugerechnet.
- j) Für die Verwahrung und Weitergabe von Chiffre-Zuschriften wird keine Gewähr übernommen. Ansprüche wegen Verlust oder Verzögerung in der Aushändigung sind ausgeschlossen. Keinerlei Haftung übernimmt der Verlag für nicht oder nur teilweise erfolgte Rückgabe von Bewerbungsunterlagen durch den Auftraggeber.
- k) Für telefonisch aufgegebenen Anzeigen wird keine Gewähr übernommen.
- l) Reklamationen bei Kleinanzeigen sind innerhalb einer Woche nach Erscheinen vorzutragen. Später besteht kein Ersatzanspruch.
- m) Für vom Verlag gesetzte bzw. gestaltete Anzeigenvorlagen behält sich der Verlag das Urheberrecht vor. Eine Weitergabe durch den Auftraggeber bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Verlages.
- n) Unter Einhaltung der Bestimmungen des Datenschutzgesetzes werden die auf Grund der Geschäftsbedingungen bekanntgewordenen Daten gespeichert und im Rahmen des gesetzlich Zulässigen verwandt.
- o) Anzeigen, bei denen als Absender eine Internet-Adresse angegeben ist, sind – wie auch gewerbliche Anzeigen – so kenntlich zu machen, dass ein gewerbliches Angebot deutlich ist. D.h., der Anbieter muss auch seinen Namen und die Anschrift in der Anzeige nennen. Weigert sich der Inserent, Namen und Adresse anzugeben, kann der Verlag die Insertion ablehnen. Der Anzeigenkunde haftet in jedem Falle für Inhalt und Form der Anzeige.
- p) Seit dem 1.1.2000 richtet sich die Orthografie von telefonisch übermittelten und/oder durch den Verlag selbst gesetzten Anzeigentexten nach der amtlich gültigen neuen Schreibweise (Rechtschreibreform). Ein Anspruch auf die Einhaltung der vormals gültigen Schreibweise besteht nicht.