Allgemeine Geschäftsbedingungen für Werbeaufträge

1. Angaben zum Anbieter

- **Firma** Dähne Verlag GmbH
- **Geschäftsführer** Marc Dähne
- **Adresse** Am Erlengraben 8, 76275 Ettlingen
- **Telefax** +49 / 07243 / 575-200
- **Telefon** +49 / 07243 / 575-0
- **E-Mail** service@daehne.de
- **Registergericht** AG Mannheim, HRB 360363
- **USt.-IdNr.** DE 143 243 097

2. Werbeauftrag

Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen der Dähne Verlag GmbH (im Folgenden „Verlag") und dem Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbemittel von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten als Auftraggeber (im Folgenden Auftraggeber) in Zeitschriften, auf Webseiten, Newslettern, E-Magazinen und anderen Medien, im In- und Ausland, zum Zweck der Verbreitung.

3. Werbemittel

Ein Werbemittel kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild, Text oder Grafik,
- aus Tonfolgen und Bewegt-Bildern,
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online- und Mobile-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers oder eines Dritten liegen.

Für die Veröffentlichung von Werbemitteln kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderwerbeformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch den Verlag möglich.

4. Textanzeigen

Werbemittel, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche unmittelbar erkennbar sind, werden durch den Verlag kenntlich gemacht. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

5. Abschluss

Ein Abschluss ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Werbeformen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen.

Anzeigenaufträge von Werbungsmittlern und Werbeagenturen werden nur für namentlich genau benannte Werbungtreibende angenommen. Die Werbung für die Produkte oder Dienstleistungen eines anderen, als bei der Buchung angegebenen Werbungtreibenden, bedarf in jedem Fall der vorherigen schriftlichen Zustimmung seitens des Verlages. Die jeweiligen Veröffentlichungen erfolgen auf Abruf des Auftraggebers.

Ein „Abruf" kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber per E-Mail, Fax, Online-Formular, Brief oder telefonisch und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Schriftform (Auftragsbestätigung). Jeder Abruf wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Die Übermittlung kann per Post oder auf elektronischem Wege erfolgen.

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beilagen, Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen.

Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 (im Folgenden „Insertionsjahr"), sofern keine abweichende Vereinbarung getroffen wird.

Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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 erstatten.

Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis über den Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Jahresabschlusses, bei Personengesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges, nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

6. Anzeigen-Millimeter

Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

7. Ablehnungsbefugnis

Der Verlag behält sich vor, Werbemittel – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag oder den jeweils betroffenen Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Anzeigen die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Aufträge für Werbemittel, die nicht dem Verlagsstandard entsprechen, sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend.

Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung durch den Verlag. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung eines Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Der Verlag ist berechtigt, die Schaltung der Werbemittel in elektronischen Ausgaben vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der Hyperlink in der Anzeige verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet.

Der Auftraggeber wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Der Verlag kann dem Auftraggeber anbieten, das Werbemittel durch ein anderes Motiv und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu

ersetzen. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem Auftraggeber nach Nachweis durch den Verlag in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt dem Verlag. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

8. Druckunterlagen für Zeitschriften und Daten für Online-Werbung

Aufträge für Werbemittel mit besonderen Platzierungswünschen müssen so rechtzeitig dem Verlag zugehen, dass dem Auftraggeber noch vor Annahmeschluss 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.

Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich.

Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckunterlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neusten Stand entsprechen. Entdeckt der Verlag in einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbezeichneten Art, wird er von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die EDV-Systeme des Verlages) erforderlich, löschen, ohne dass der Auftraggeber in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infiltrierte Schadensquellen dem Verlag Schäden entstanden sind.

Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen oder elektronischer Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Daten rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

Nach Anzeigenschluss sind Stornierungen, Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Die Druckdaten müssen den technischen Spezifikationen des Verlages exakt entsprechen. Andernfalls sind bei Format- und/oder Farbabweichungen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen.

Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Auftraggeber und der Werbungtreibende haben bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Evtl. entstehende Mehrkosten müssen weiter berechnet werden.

Der Verlag übernimmt keine Gewähr, wenn durch eine verspätete Anlieferung der Druckunterlagen vereinbarte Platzierungen nicht eingehalten werden können und eine Minderung der Druckqualität eintritt.

Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der gelieferten Werbemittel hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Werbemittel im Rahmen der durch die Druck- oder Onlinedaten gegebenen Möglichkeiten.

Wenn ein Auftrag nicht oder falsch durchgeführt wird, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, insbesondere Produktionsvorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig und/oder mangelhaft oder falsch gekennzeichnet abgeliefert hat, hat der Verlag dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

Werbemittel, die vom Verlag selbst für den Auftraggeber gestaltet wurden dürfen nur für Werbung in den dafür beim Verlag gebuchten Titeln verwendet werden. Weitere Nutzungsrechte werden im Einzelfall vom Verlag gewährt und bedürfen der Schriftform. Etwaige den Angeboten vom Verlag zugrunde liegende Konzepte und Bestandteile sind urheber- und wettbewerbsrechtlich geschützt und vom Auftraggeber vertraulich zu behandeln. Diese Konzepte dürfen insbesondere weder in dieser noch in abgewandelter Form an Dritte weitergegeben noch von dem Auftraggeber außerhalb des Vertragsumfangs für eigene Zwecke genutzt werden.

Entspricht die Veröffentlichung des Werbemittels nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzveröffentlichung des Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde.

Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Abrufs. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Abrufs ausgeschlossen. Der Auftraggeber wird das Werbemittel unverzüglich nach Veröffentlichung überprüfen.

Soweit der Auftraggeber Kaufmann ist, müssen Mängelrügen unverzüglich nach der Veröffentlichung gegenüber dem Verlag geltend gemacht werden, es sei denn es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel, dann gilt eine Frist von sechs Monaten. Soweit der Auftraggeber Verbraucher ist, müssen Reklamationen bei offensichtlichen Mängeln binnen zwei Wochen, bei nicht offensichtlichen Mängeln binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

9. Gewährleistung und Haftung bei Werbemitteln

Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen drucktechnischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe von Print-Werbemitteln. Eine Garantie für korrekte Farbwiedergabe eines Print-Werbemittels wird nur übernommen, wenn vom Auftraggeber ein Andruck mittels eines für die Druckprüfung kalibrierten Druckers eingereicht wird. Der Verlag überprüft vom Auftraggeber eingereichte Druckdaten mittels eigner Prüfprogramme auf Druckfähigkeit. Bei fehlerhaften Daten erfolgt eine Zeitnahe Information an den Auftraggeber.

Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe von elektronischen Werbemitteln. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Anzeige liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware oder -hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienstleisters oder
- wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Verlag oder anderer Betreiber oder

- durch Rechnerausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sogenannten Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache oder
- durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechners des Auftraggeber sowie der Kommunikationswege vom Auftraggeber zu den Verlags-Servern entstehen. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt der Verlag nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit.

Gefahrübergang ist mit Eingang des Werbemittels auf einem der Verlags-Server. Der Verlag wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellst möglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen.

Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind insbesondere bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und der Höhe nach auf das für das betreffende Werbemittel zu zahlende Entgelt.

Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlages, 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 dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Werbeentgelts beschränkt. Reklamationen müssen außer bei nicht offensichtlichen Mängeln innerhalb von 4 Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages, als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen.

Für Werbemittel in Print gilt Folgendes: Der Verlag hat Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Werbemittel, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine oder Annahmeschluss-Termine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag.

Eine Verpflichtung für den Verlag auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz, insbesondere auf Zahlung des Schadenersatzes für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Werbemittel, besteht nicht.

10. Zahlungsfrist

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

Bei Aufträgen von Neukunden, mit denen der Verlag bisher noch keine Aufträge realisiert hat, ist der Verlag berechtigt, Vorauskasse unter Berücksichtigung von 2 % Skonto zu verlangen. Die Zahlung muss dabei bis zum Anzeigenschlusstermin bei dem Verlag eingegangen sein.

11. Zahlungsverzug

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche 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 Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

12. Anzeigenbeleg bei Anzeigen in Zeitschriften

Der Verlag liefert auf Wunsch des Auftraggebers für Anzeigen in Zeitschriften einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegausgaben 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.

13. Ziffernanzeige (Chiffreanzeigen)

Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen auf elektronischem Weg, werden auf gleichem Weg weitergeleitet.

Der Verlag bekommt als Vertreter das Recht eingeräumt, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen, wenn dies zur Ermittlung der korrekten Zustellung unerlässlich ist. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

14. Gerichtsstand und anwendbares Recht

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit 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.

15. Werbungsmittler und Werbeagenturen

Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Preise verstehen sich stets zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Umsatzsteuer.

16.Werbeaufträge aus dem Ausland

Bei Ländern mit Auslandsvertretung erfolgt die Auftragsabwicklung über die jeweilige Auslandsvertretung. Der Verlag kann bei bestehenden Geschäftsbeziehungen auf Vorauskasse verzichten. Ein ausländischer Kunde muss seine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt.-IdNr.) oder seinen Unternehmernachweis oder seine Befreiung von der deutschen Umsatzsteuer zusammen mit dem Werbeauftrag vorlegen. Ist der Werbeauftrag nicht mehrwertsteuerpflichtig, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejahrt.

Die gültige Währung zur Begleichung von Werbeaufträgen ist der Euro.

17. Preisänderungen

Der Verlag ist berechtigt, die AGB und die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Preisänderungen für erteilte Werbeaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

18. Rechteeinräumung und -gewährleistung

Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Veröffentlichung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Im Falle der Werbemittelerstellung durch den Verlag selbst erklärt der Auftraggeber zudem, alle Rechte an den Inhalten zu besitzen, die der Auftraggeber dem Verlag zur Erstellung des Werbemittels zuliefert. Der Verlag ist berechtigt, Werbung für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusicherung des Auftraggebers/des Werbungtreibenden oder sonst dafür Verantwortlichen über die rechtliche Zulässigkeit abhängig zu machen und/oder auf Kosten des Auftraggeber die Werbevorlage von einer sachverständigen Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit überprüfen zu lassen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Werbemittel daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel (im Folgenden „Inhalte"). Der Auftraggeber ist insbesondere dafür verantwortlich, dass die Inhalte nicht gegen jugendschutz-, presse-, wettbewerbs-, datenschutz-, straf-, medienrechtliche und sonstige gesetzliche Bestimmungen verstoßen. Im Falle eines Verstoßes stellt der Auftraggeber den Verlag von allen damit zusammenhängenden Ansprüchen Dritter vollumfänglich auf erstes Anfordern frei. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Ist der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels

bereits abgemahnt worden bzw. wird abgemahnt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtung bereits abgegeben oder gibt er eine solche ab, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag hierüber unverzüglich zu informieren.

Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheit, haftet der Verlag auch nicht für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Inhalte entstehenden Schaden.

Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Erstellung und Veröffentlichung der Werbung in Print- und sonstigen Medien erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und Leistungsschutzrechte, Markenrechte und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang.

Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien. Wird im Zusammenhang mit der Anzeige eine Grafik oder in sonstiger Art und Weise der Name, das Logo, das Unternehmenskennzeichen, die Marke, ein Werktitel oder eine sonstige geschäftliche Bezeichnung verwendet, so gewährt der Auftraggeber dem Verlag für die Dauer des Vertrages das nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht zur Nutzung der Grafik oder der entsprechenden Zeichen im jeweiligen Werbemittel.

19. Verschwiegenheit

Soweit nicht schriftlich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien Einzelheiten des Vertragsverhältnisses, insbesondere die Preise und Konditionen, sowie über Geschäftsgeheimnisse, von denen sie im Rahmen der Vertragsdurchführung unmittelbar oder mittelbar durch die jeweils andere Partei Kenntnis erlangen, streng vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Die Verpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über eine Beendigung hinaus.

Presseerklärungen sowie sonstige öffentliche Verlautbarungen gegenüber Dritten über die Geschäftsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber oder bezüglich der Details getroffener Vereinbarungen bedürfen der vorherigen Freigabe des Verlages. Dies gilt ebenso für Logoveröffentlichungen für vom Verlag gelieferte Logos.

20. Schlussbestimmungen

Etwaige zusätzliche in der Preisliste enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder der Verlag die Leistungen widerspruchslos erbringt, d. h. Werbemittel widerspruchslos geschaltet und veröffentlicht werden.

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Die Anwendbarkeit zwingender Normen des Staates, in dem der Kunde bei Vertragsschluss seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat, bleibt von dieser Rechtswahl unberührt.

Sofern eine oder mehrere Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam oder undurchführbar sind oder werden, berührt dies nicht die Wirksamkeit der Geschäftsbedingungen im Übrigen. Die unwirksame oder undurchführbare Bestimmung ist durch eine solche zu ersetzen, die wirtschaftlich und rechtlich dem am Nächsten kommt, was die Parteien mit der ursprünglichen Regelung beabsichtigt haben. Dies gilt auch für etwaige Vertragslücken.