

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Druckschriften der Egmont Ehapa Media GmbH

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
2. Der Anzeigenauftrag regelt, in welchen Ausgaben der betreffenden Druckschrift die jeweilige Anzeige erscheinen soll. Ist ausnahmsweise im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag im Zweifel innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.
3. 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 erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
4. Aufträge für Anzeigen, 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.
5. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich, soweit es sich nicht um eine Gelegenheitsanzeige handelt, bei einer Gelegenheitsanzeige ist eine schriftliche Bestätigung aus Zeitgründen nicht möglich. Der Vertrag kommt durch Abdruck der Gelegenheitsanzeige zustande. Der Verlag behält sich vor, rechtsverbindlich bestätigte Anzeigenaufträge –auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – 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.
8. Beilagenaufträge und Beikleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage bzw. des Beiklebers und deren Billigung durch den Verlag bindend. Beilagen und Beikleber, 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 (siehe auch unter (6)).

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder Beilagen oder Beikleber ist der Auftraggeber verantwortlich. Anzeigen sind grundsätzlich in Prozessfarben CMYK (Euroskala) anzulegen. Zur Farbbestimmung ist stets ein Proof mitzuliefern. Sollte dies nicht möglich sein, erfolgt die Farbabstimmung nach den Vorgaben des Verlages. Geringe Farbabweichungen sind durch prozess-spezifische Toleranzen des Offset- bzw. Tiefdruckverfahrens sowie durch die Eigenfarbe der Druckpapiere begründet und somit kein Reklamationsgrund.

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung – ist beispielsweise die Anzeige ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig abgedruckt – so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordern, 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 die 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 Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen wegen offensichtlicher Mängel müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang des Beleges geltend gemacht werden. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen innerhalb eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

11. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Verkehrspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.

Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Vorhalten beruhen.

12. 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 Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

14. Sofern nicht im Einzelfall eine andere Fälligkeit vereinbart ist, ist die Anzeigenrechnung zur Bezahlung fällig am Erstverkaufstag der Druckschrift, in der die Anzeige veröffentlicht wird. Bei vorzeitigen Zahlungen, die vor dem Erstverkaufstag beim Verlag eingeht, wird – sofern keine älteren Rechnungen offenstehen – 2% Skonto gewährt.

15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz berechnet. Ist der Auftraggeber ein Verbraucher, so beträgt der Zinssatz nur 5 Prozentpunkte über dem Basiszinssatz. Der Verlag behält sich vor, aus einem etwaigen anderen Rechtsgrund höhere Zinsen zu verlangen. Die Geltendmachung eines weiteren Schadens ist nicht ausgeschlossen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Zahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen verlangen. Wird nach Abschluss des Anzeigenvertrages erkennbar, dass der Zahlungsanspruch des Verlages durch mangelnde Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers gefährdet wird, ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit des Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge anhängig zu machen.

16. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern 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.

17. Kosten vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

18. Bei Anzeigenaufträgen von Kaufleuten oder juristischen Personen des öffentlichen Rechts ist Erfüllungsort und Gerichtsstand für sämtliche sich zwischen den Parteien aus dem Vertragsverhältnis ergebende Streitigkeiten der Sitz des Verlages. Der Auftraggeber kann auch als Nicht-Kaufmann am Sitz des Verlages verklagt werden, wenn der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt ins Ausland verlegt oder seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt zum Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist.

19. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

20. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn Sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen 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.

21. Wenn für konzernangehörige Personen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 75% erforderlich.

22. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere für Verletzungen, die auf einen Rechtsverstoß durch fehlende Rechte für die an den Verlag gelieferten Materialien beim Auftraggeber entstehen können. 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. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu überprüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

23. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- 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 übertrage. 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, wenn die Aufträge mit 80% der im gültigen Tarif genannten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten Auflage zu bezahlen.

24. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt.

25. Keine Anzeige darf sich mit Produkten befassen, die für Kinder gesundheitsschädlich oder deren charakterlicher Entwicklung möglicherweise abträglich sind, so z.B. Tabakerzeugnisse, alkoholische Getränke, Glücksspieleinrichtungen usw. Werbung, die sich mit Comicfiguren befasst, bedarf der Abstimmung mit dem Verlag.