

AGB

AGB

1. Werbeauftrag ist der Vertrag zwischen dem Verlag, die Verlag Werben & Verkaufen GmbH (nachfolgend „Verlag“), und einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend „Auftraggeber“) über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in einer Druckschrift und/oder im Internet zum Zwecke der Verbreitung oder der öffentlichen Zugänglichmachung. Für den Werbeauftrag und jeden Folgeauftrag gelten ausschließlich die jeweils aktuell vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“) sowie die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlags, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Der Verlag ist berechtigt, die AGB jederzeit zu ändern. Die neuen AGB gelten als genehmigt, wenn der Auftraggeber nach Bekanntgabe der Änderung nicht innerhalb von einem Monat in Textform widerspricht. Abweichende AGB des Auftraggebers werden auch dann nicht Vertragsbestandteil, wenn wir ihnen nicht ausdrücklich widersprechen. Für den Fall, dass bei Onlineveröffentlichungen individuelle Vereinbarungen getroffen werden, werden diese in der jeweiligen Auftragsbestätigung schriftlich übermittelt. Ansonsten gelten auch für diese die vorliegenden AGB.

2. Beilagenaufträge: Diese AGB gelten sinngemäß auch für Beilagenaufträge. Beilagenaufträge werden grundsätzlich vom Verlag erst nach Vorlage eines Musters angenommen. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken, werden nicht angenommen.

3. Vertragsschluss: Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Vertrag kommt erst durch die Auftragsbestätigung des Verlags zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarung zwischen Verlag und Auftraggeber schriftlich oder per E-Mail erfolgt. Bei telefonischer Beauftragung wird eine schriftliche Auftragsbestätigung nur auf ausdrücklichen Wunsch hin erteilt.

4. Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstiges Werbemittel zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen.

5. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die drucktechnisch mit mind. drei der Seiten an redaktionellen Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

6. Ablehnung von Aufträgen:

(1) Der Verlag ist berechtigt, Auftragsaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werbe- bzw. Presserat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder werden könnte, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Druckschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten.

(2) Der Verlag wird die Ablehnung nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte unverzüglich erklären. Insbesondere kann der Verlag ein bereits online veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des online veröffentlichten Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch unter anderem die Voraussetzungen der Ziffer 6 Absatz 1 erfüllt werden.

7. Anzeigenschluss und Erscheinungstermine: Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine und Erscheinungstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.

8. Kündigung von Aufträgen: Auftragsaufträge können vom Auftraggeber in Textform (in E-Mail-Adresse) gekündigt werden. Die Stornierung der Druck-Anzeige ist bis zum ursprünglichen Anzeigenschluss möglich. Ist die Anzeige bereits in Druck, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Online- Werbemittel müssen mit einer Frist von zwei Wochen, vor der erstmaligen Veröffentlichung in Textform storniert werden. Im Falle einer verspäteten Anlieferung der notwendigen Daten für die Online-Anzeigenschaltung und den dadurch entstehenden Mehraufwand berechnet der Verlag eine Gebühr von 50 € pro Werktag.

9. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Publikation veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, ausdrücklich vereinbart wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Sofern keine eindeutige Platzierung vereinbart ist, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen. Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag die Anzeige zum gleichen Preis in einer Ausgabe mit gleichem oder größerem Verbreitungsgebiet veröffentlichen. Wird eine Anzeige durch den Auftraggeber für eine inhaltlich von der geplanten Platzierung abweichende Rubrik in Auftrag gegeben, so gilt dennoch der Preis, den die Anzeige bei korrekter Platzierung hätte.

10. Abruf eines Auftrages: Ist ein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss abzurufen (Erscheinungszeitraum). Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität berechtigt, in dem vereinbarten bzw. dem in Satz 1 und 2 genannten Erscheinungszeitraum, auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus gemäß Preisliste weitere Anzeigen abzurufen.

11. Druckunterlagen: Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind dem jeweils zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Preisblatt der Anzeigenpreisliste des Verlags zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und fehlerfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, Beihefter, Beikleber etc. ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Sind etwaige Mängel an angelieferten Drucksachen, wie Beihefter, Beikleber etc. nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungtreibende dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Der Verlag gewährleistet die für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlags über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet 6 Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige. Darüber hinaus gelten die zusätzlichen Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigendruckvorlagen gem. Ziffer 30 dieser AGB.

12. Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe, zusätzliche Kosten entstehen dadurch nicht. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

13. Redaktionell gestaltete (Textteil)anzeigen: Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen, die nicht als solche erkennbar sind. Das Letztentscheidungsrecht obliegt hier dem Verlag. (Textteil)anzeigen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden.

14. Haftung für den Inhalt der Anzeige: Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen Urheberrechts-, Persönlichkeitsrechts-, Markenrechts-, oder anderer Schutzrechtsverletzungen vollständig frei einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Auftragsauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag (z. B. durch gerichtliche Entscheidung) zum Abdruck einer Gegendarstellung o. Ä. verpflichtet, hat der Auftraggeber die entstehenden Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

15. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der von ihm gesetzten Frist mitgeteilt werden, andernfalls gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der korrigierten Probeabzüge.

AGB

16. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Belegexemplare werden nur bei kostenpflichtigen Anzeigen geliefert.

17. Chiffreanzeigen:

(1) Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis maximal vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige zur Abholung bereitgehalten bzw. dem Auftraggeber auf normalem Postwege mit der Sorge eines ordentlichen Kaufmanns zugesandt, auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt.

(2) Nach Ablauf dieser Frist werden die Zuschriften vernichtet. Zuschriften mit einem Gewicht von mehr als 500 Gramm oder einem größeren Format als DIN A4 sowie Waren-, Bücher-, Katalog und Werbesendungen und Päckchen/ Pakete sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nur zur Abholung aufbewahrt. Der Verlag ist insbesondere nicht verpflichtet, offensichtlich gewerbliche Offerten wie geschäftliche Anpreisungen und Vermittlungsangebote weiterzuleiten, wenn keine ausdrückliche schriftliche Weisung des Auftraggebers zur Weiterleitung erteilt wird. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften an Stelle und im erklärten Einverständnis des Auftraggebers zu öffnen.

18. Anzeigenrechnungen, Stundung und Zahlungsverzug:

(1) Anzeigenrechnungen sind innerhalb der auf der Rechnung angegebenen Frist zu bezahlen. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche gestundeten Zahlungen (Rechnungen bzw. Nachberechnungen) zur sofortigen Zahlung fällig.

(2) Bei Stundung oder Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabchlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren. Bei telefonischer Auftragsannahme werden Aufträge von Anzeigenkunden ohne Abschluss mittels SEPA-Lastschriftverfahren abgewickelt, die Abbuchung erfolgt sofort nach Rechnungsdatum ohne Abzug. Die sogenannte Pre-Notification-Frist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf einen Tag verkürzt. Fehlerhafte Anzeigenrechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn sie rechtskräftig festgestellt wurden, nicht bestritten oder zumindest entscheidungsreif sind.

19. Anzeigenaufträge aus dem Ausland: Bei Ländern mit Auslandsvertretung des Verlags erfolgt die Zahlung und Abwicklung nach diesen Geschäftsbedingungen. Bei Ländern ohne Auslandsvertretung ist Vorauszahlung erforderlich, bevorzugt über Kreditkarte (Euro-/Mastercard, American Express oder Viscard). Ein ausländischer Auftraggeber muss seine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-ID-Nr.) oder seinen Unternehmensnachweis 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 bejaht.

20. Satzkosten: Kosten für die Anfertigung besteller Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

21. Rubrikpreise: Anzeigen werden vom Verlag nach ihrem inhaltlichen Sinngehalt rubriziert. Wird eine Anzeige durch den Auftraggeber für eine hiervon abweichende Rubrik in Auftrag gegeben, so gilt dennoch der Preis, den sie bei korrekter Platzierung gekostet hätte. Ist der Preis der vom Auftraggeber gewünschten abweichenden Rubrik höher als der Preis bei korrekter Platzierung, so gilt der erhöhte Preis.

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

23. Abweichende Preise: Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektivensowie Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.

24. Rabattzusammenschlüsse: Für die Gewährung eines Rabattzusammenschlusses für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Der Verlag gewährt Rabattzusammenschlüsse nur bei privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen. Rabattzusammenschlüsse sind daher insbesondere nicht möglich für selbständige heilheilige Organisationen oder Körperschaften des öffentlichen Rechts.

25. Gewährleistung: Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens 6 Monate nach Veröffentlichung der Anzeige reklamieren. Zusätzlich haben Kaufleute die Entdeckung eines etwaigen nicht offensichtlichen Mangels innerhalb von zwei Wochen anzuzeigen. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckerunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

26. Haftung, höhere Gewalt: Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserfüllung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht. Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbeauftrags überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut. Die Schadensersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadenersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlags nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Schadensersatzansprüche von Kaufleuten gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher bzw. grob fahrlässiger Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckerunterlagen nicht, stehen ihm keine daraus resultierenden Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn der Auftraggeber sonstige kausale Regelungen dieser AGB nicht beachtet. Der Auftraggeber haftet dafür, dass übermittelte Dateien frei von Viren sind. Dateien mit Viren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich Ersatzansprüche vor, wenn die Viren Schäden verursachen.

27. Zusätzliche Bedingungen für die Veröffentlichung eines Werbemittels im Internet:

a) Datenlieferung: Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel-Unterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

b) Rechteübertragung: Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, 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 und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

AGB

c) Gewährleistung des Verlags: Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine möglichst dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird durch

- die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware oder
- Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder
- einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels, die keinen unwesentlichen Fehler darstellt, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rücktritt vom Vertrag. Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei darauf beruhender ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

28. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Eine etwaige vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Provision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an und wird nicht auf Privatpreise gewährt. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Vorlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

29. Datenschutz:

(1) Im Folgenden informiert der Verlag über die Erhebung personenbezogener Daten im Rahmen der Geschäftsbeziehungen. Personenbezogene Daten sind alle Daten, die auf den Auftraggeber persönlich beziehbar sind, also z. B. Name, Adresse, E-Mail-Adresse und Zahlungsdaten. Verantwortliche Stelle gemäß § 3 Abs. 7 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) ist der Verlag.

(2) Die Daten werden von dem Verlag erhoben und verarbeitet, soweit dies erforderlich ist, um die vertraglichen Leistungen zu erbringen, also gemäß des Auftrags Bestellungen oder Dienstleistungen abzuwickeln. Teilweise erfolgt dies unter Einbeziehung externer Dienstleister. Die Dienstleister wurden von dem Verlag sorgfältig ausgewählt, schriftlich beauftragt und an Weisungen gebunden. Sie werden zudem regelmäßig kontrolliert. Die Dienstleister werden diese Daten nicht an Dritte weitergeben, sondern sie nach Vertragserfüllung und dem Abschluss gesetzlicher Speicherfristen löschen, soweit der Auftraggeber nicht in eine darüber hinausgehende Speicherung eingewilligt hat.

(3) Die erhobenen Daten werden von dem Verlag genutzt, um interne Marktforschung zu betreiben, soweit der Auftraggeber dem nicht widersprochen hat. Dies betrifft sowohl die für die Auftragsabwicklung erforderlichen Angaben, als auch die Angaben, die der Auftraggeber freiwillig zur Verfügung stellt. Der Auftraggeber kann der Nutzung der Daten zum Zweck der internen Marktforschung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widersprechen.

(4) Die erhobenen Daten werden zudem von dem Verlag genutzt, um den Auftraggeber per Post oder elektronischer Post, wie z. B. E-Mail, über eigene gleiche oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu informieren, soweit der Auftraggeber dem nicht widersprochen hat. Der Auftraggeber kann der Nutzung der Daten zum Zweck der werblichen Ansprache jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widersprechen. Dafür entstehen keine anderen als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen. Falls Sie für die Zukunft keine Direktwerbung mehr auf dieser Grundlage erhalten möchten, können Sie der entsprechenden Verwendung der E-Mail-Adresse bzw. Ihre Angaben für elektronische Kommunikation jederzeit widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen. Schreiben Sie uns hierzu einfach an: Verlag Werben & Verkaufen GmbH, Hultschinerstraße 8, 81677 München/ E-Mail: support@wuv.de.

(5) Der Auftraggeber hat das Recht, von dem Verlag jederzeit Auskunft zu verlangen über die zu seiner Person gespeicherten Daten. Dies betrifft auch deren Herkunft, sowie die Empfänger oder Kategorien von Empfängern, an die diese Daten weitergegeben werden und den Zweck der Speicherung. Wenn der Auftraggeber eine Einwilligung zur Nutzung von Daten erteilt hat, kann er diese jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen. Des Weiteren möchte der Verlag darauf hinweisen, dass dem Auftraggeber grundsätzlich ein Recht auf Berichtigung falscher Daten oder Löschung personenbezogener Daten zusteht, sofern diesem Anspruch keine gesetzliche Aufbewahrungspflicht entgegensteht.

(6) Alle gesetzlichen Rechte, die dem Auftraggeber im Zusammenhang mit der Datenverarbeitung bestehen, wie das Recht auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, und Widerruf, können per E-Mail an support@wuv.de oder schriftlich an die Adresse Verlag Werben & Verkaufen GmbH, Hultschiner Straße 8, 81677 München ausgeübt werden. Weitergehende Informationen zur Datenerhebung und -verarbeitung befinden sich in der Datenschutzerklärung des Verlags.

30. Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigendruckvorlagen: Werden Druckvorlagen digital, also durch Digitalträger (z. B. Diskette, Cartridges, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. ISDN) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

a) Dateiformat: Druckvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden.

b) Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.

c) Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof mit Fogra Medienkoll (aktuelle Version 3.0) und einem Proof- bzw. Messprotokoll vom Auftraggeber mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

d) Computerviren: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.

e) Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung: Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.

f) Datenträger: An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-ROM mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlags über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und für eine Versandgebühr von €5,00 an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurückgeschickt. Andere hochwertige Datenträger wie Cartridges, Imega Zip 100 etc. sendet der Verlag unaufgefordert und kostenfrei, jedoch auf Risiko des Auftraggebers an diesen zurück.

31. Streitbeilegungsverfahren: Die Europäische Kommission hat eine Plattform zur Online-Streitbeilegung eingerichtet. Diese erreichen Sie unter: <http://ec.europa.eu/consumers/odr/>. Verbraucher können die Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten nutzen. Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

32. Schlussbestimmungen: Auf diese AGB sowie das Verhältnis zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag findet ausschließlich deutsches Recht Anwendung. Gegenüber einem Verbraucher gilt diese Rechtswahl nur insoweit, als dadurch keine zwingenden gesetzlichen Bestimmungen des Staates, in dem er einen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt hat, eingeschränkt werden. UN-Kaufrecht ist ausgeschlossen. Nebenabreden und Vertragsänderungen bedürfen der Textform. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand München. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Erfüllungsort ist München. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrags/dieser AGB unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die Parteien werden dann die jeweilige unwirksame oder undurchführbare Bestimmung durch eine solche ersetzen, welche nach Treu und Glauben dem wirtschaftlichen Zweck am nächsten kommt. Gleiches gilt für den Fall von Regelungslücken.