

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Werbung der WEKA FACHMEDIEN GmbH (Stand: August 2017)

1. „Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten in den Zeitschriften des Verlages zum Zwecke der Verbreitung und über die Schaltung von Online-Werbung auf den Webseiten des Verlages. Diese Bedingungen gelten auch für Aufträge über Fremdbelegungen in dem Verlag herausgegebenen Zeitschriften. Von der Online-Werbung umfasst sind Werbeanmerkung, Pop-Ups, Special-Interest- und Keyword-Platzierungen.
2. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen von Werbekunden werden nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Geltung ausdrücklich zu.
3. Der Verlag ist berechtigt, die vorliegenden Bedingungen jederzeit zu ändern. Er wird seine Kunden indes rechtzeitig, spätestens einen Monat vorher, über die Änderungen informieren. Der Kunde ist insbesondere über die Änderung in der Wirksamkeit einer Bedingung sowie die Wirkung für bestehende Verträge zu ergänzen oder zu ersetzen und über die Berechtigung einer gesetzlichen Vorschrift oder hochstrichterlichen Rechtsprechung, wenn durch diese Änderung eine oder mehrere Bedingungen des Vertragsverhältnisses betroffen werden, die betroffenen Bedingungen so anzupassen, wie es dem Zweck der geänderten Rechtelage entspricht.
4. Der Auftrag kommt durch die Annahme durch den Kunden zustande. Die Annahme kann schriftlich oder per E-Mail erfolgen.
5. Wenn eine Werbeanbieter Werbeaufträge für Dritte beauftragt, kommt der Vertrag grundsätzlich mit dem Werbeanbieter, nicht mit dem Auftraggeber zustande. Soll der Auftraggeber der Werbeanbieter Vertragspartner werden, muss dieser von der Agentur als Auftraggeber namentlich benannt werden und die Auftragserteilung an die Werbeanbieter schriftlich nachweisen.
6. Werbeanbieter und Werbekunden sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsbedingungen an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsgebühr darf an den Kunden weder ganz teilweise weiter gegeben werden.
7. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Zeitschriften besteht kein Anspruch. Dem Verlag steht frei, die Schaltung einer Anzeige an geeigneter Stelle vorzunehmen, es sei denn, die Schaltung wurde für eine bestimmte Nummer, in einer bestimmten Ausgabe oder für einen bestimmten Platz der betreffenden Zeitschrift vereinbart. Voraussetzung hierfür ist die rechtzeitige Zuleitung der Druckerunterlagen, ist der Auftrag in der bestimmten Nummer, der betreffenden Ausgabe oder an dem bestimmten Platz der Zeitschrift nicht auszuführen, ist der Verlag berechtigt, die Schaltung in einer anderen Nummer an geeigneter Stelle vorzunehmen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
8. Eine Platzierung der Online-Werbung wird nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Kunden vorgenommen. Der Kunde hat keinen Anspruch auf eine Platzierung der Online-Werbung an einer bestimmten Position der jeweiligen Webseite. Verschiebungen der Erscheinungsdaten der Online-Werbung aus technischen oder anderen nachvollziehbaren Gründen behält sich der Verlag vor.
9. Der Kunde kann Werbeaufträge für Online-Werbung nach Vertragschluss stornieren. Die Stornierung muss schriftlich erfolgen. Der Verlag wird unverzüglich nach Eingang der Stornierung die Schaltung der Online-Werbung beenden.
10. Stornobedingungen online: Eine Stornierung bis zu zwei Wochen vor Schaltungsbeginn ist kostenfrei möglich. Bei einer kürzerfristigen Stornierung ist der Verlag berechtigt, folgende Kosten in Rechnung zu stellen:
 - bei einer Stornierung weniger als zwei Wochen vor Schaltungsbeginn 30 % des Netto-Auftragswertes;
 - bei einer Stornierung ab einer Woche vor Schaltungsbeginn 50 % des Netto-Auftragswertes;
 - bei einer Stornierung nach Schaltungsbeginn 50 % des Netto-Auftragswertes, der zum Zeitpunkt der Beendigung der Schaltung der Online-Werbung noch aussteht. Daneben wird der Preis für die bereits geschaltete Online-Werbung in Rechnung gestellt.Stornobedingungen print: Eine Stornierung bis zum Anzeigenschlusstermin ist ohne Gebühr möglich.
11. Abweichend von den vorstehenden Regelungen ist eine kostenlose Stornierung bei Terminbrüchen nur bis spätestens zwei Wochen vor dem Schaltungstermin möglich.
12. Der Verlag behält sich das Recht vor, einzelne Schaltungen, Anzeigenenteile und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft und der technischen Form nach einheitslichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage oder deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Beständels der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber schriftlich mitgeteilt. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, können vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht werden. Soweit Online-Werbung nicht offensichtlich als Werbung erkennbar ist, kann der Verlag sie ebenfalls als solche kenntlich machen, insbesondere mit dem Wort „Anzeige“ kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbekontakt zu verdeutlichen.
13. Der Kunde ist für die Einhaltung der Auflagen und Beilagen bzw. für die rechtzeitige Lieferung der für die Online-Werbung erforderlichen Materialien verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckerunterlagen ist der Kunde verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen rechtzeitig zum Druckertergangslschluss anzuliefern.
14. Sämtliche Leistungen des Verlages stehen unter dem Vorbehalt der rechtzeitigen Erfüllung und Vornahme der Pflichten und Mitwirkungshandlungen des Kunden. Videoverlinkte Werbung (z. B. Banner, bei deren Anklicken sich ein Pop-Up-Fenster öffnet, welches Audio- bzw. Videoinhalte wiedergeben werden) ist der Kunde dafür verantwortlich, dass die erforderlichen Vereinbarungen mit der GEMA oder anderen Urheberrechtsverbänden bzw. Urheberrechtssinhaldern getroffen sind.
15. Bei der Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Daten innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.
16. Digital übermittelte Druckerunterlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbanzeigen unvermeidlich, die keinen Preisermittlungsanspruch auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an die Druckerei zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
17. Der Kunde hat vor dem Auftrag die Druckereigenschaften des Druckers zu prüfen. Die Druckereigenschaften sind bei eventuellen Computerviren. Entdeckt der Verlag auf einer per E-Mail übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infizierten Computerviren dem Verlag ein Schaden entstanden ist.
18. Werden digital übermittelte Druckerunterlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Kunden zurückgeschickt.
19. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen bzw. Werbemittel hat der Kunde nach Aufforderung durch den Verlag unverzüglich Ersatz zu leisten. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen bzw. für die Herstellung bestellter Werbemittel sowie für vom Kunden gewünschte und von diesem wegen der technischen Qualität der gelieferten Druckerunterlagen bzw. Werbemittel zu vertretende erhebliche Änderungsarbeiten hat der Kunde zu tragen. Sind etwaige Mängel bei den Druckerunterlagen bzw. Werbemitteln nicht sofort erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang bzw. bei der Schaltung deutlich, so stehen dem Kunden bei ungenügendem Abdruck bzw. mangelhafter Schaltung keine Ansprüche zu.
20. Der Kunde versichert, dass er uneingeschränkter Inhaber aller für die Veröffentlichung und Verbreitung erforderlichen Nutzungsrechte an den Werbemitteln ist. Er stellt den Verlag insofern von allen Ansprüchen Dritter frei und gewährt dem Verlag die zur Veröffentlichung der Werbemittel erforderlichen Vertretungsrechte.
21. Der Kunde sichert zu, dass er berechtigt ist, die mit der Online-Werbung verbundenen Hyperlinks zu setzen. Der Kunde sichert ferner zu, die anzuwendenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen – insbesondere des Bundes- und Telemediens Datenschutzgesetzes – einzuhalten und diese Verpflichtung auch seinen Mitarbeitern aufzuerlegen. Sollte der Kunde durch Verwendung spezieller Techniken, wie z. B. dem Einsatz von Cookies oder Zählplänen, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Online-Angeboten des Verlages gewinnen oder sammeln, ist der Kunde verpflichtet, diese Daten ausschließlich für die Zwecke der personellen und werblichen Tätigkeiten des Verlages des Telemediengesetzes (TMG) bzw. des Rundfunkstaatsvertrages (RStV) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.
22. Der Kunde hat bei ganz oder teilweise unleserlichen, unrichtigen oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Kunde ein Recht auf Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Auftrages (Wandlung).
23. Bei Mängeln der Online-Werbung leistet der Verlag nach seiner Wahl zunächst Nachbesserung oder Ersatzlieferung. Schlägt die Nacherfüllung fehl, kann der Kunde nach seiner Wahl Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrages (Wandlung) verlangen.
24. Der Kunde muss offensichtliche Mängel der Online-Werbung innerhalb einer Frist von drei Werktagen ab Lifeschaltung der Online-Werbung schriftlich anzeigen; andernfalls ist die Geltendmachung des Gewährleistungsanspruchs ausgeschlossen.
25. Im Übrigen haftet der Verlag nur, soweit ihm, seinen Erfüllungsgehilfen und/oder gesetzlichen Vertretern ein vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten zur Last fällt. Dies gilt nicht, soweit Hauptleistungspflichten des Vertrages durch den Verlag verletzt werden.
26. Im Falle leichter Fahrlässigkeit ist eine Haftung des Verlages und/oder seiner Erfüllungsgehilfen und gesetzlichen Vertretern bei Vermögensschäden hinsichtlich der Schadenshöhe, insbesondere bei folgeschadhaften, unwirtschaftlicher Schäden oder untypischer Schäden sowie entgangenen Gewinns ausgeschlossen. Im Umfang ist bei Vermögensschäden im Falle leichter Fahrlässigkeit die Haftung des Verlages auf die vom Kunden zu zahlende Vergütung begrenzt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften.
27. Alle Ansprüche des Kunden gegen den Verlag wegen Schlechtleistung oder Mängeln der Online-Werbung verjähren ein Jahr nach Anspruchserhebung, sofern es sich nicht um vorsätzliches Verhalten handelt.
28. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Kunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Der Verlag berechtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Druckertergangslschluss oder innerhalb einer zwischen den Parteien vereinbarten Frist mitgeteilt werden.
29. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
30. Falls der Kunde nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige über sandt. Die Preise für die Werbemittel ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisliste. Bei Änderungen gelten die neuen Bedingungen bei Preisänderungen auch für laufende Aufträge sofort. Bei Preisänderungen einen Monat nach Bekanntgabe der jeweils gültigen Bedingungen. Soweit bei der Online-Werbung die Schaltung von Click-Preiserwerbemittel oder bei Abschluss von Rahmenaufträgen gelten nur bei Einblendung der Adressions, der AdClicks sowie über die AdClick-Rate (Verhältnis von AdClicks zu Admissions) der Webseiten, auf denen die Online-Werbung des Kunden platziert ist bzw., soweit die Vergütung auf Pay-per-Click-Basis berechnet wird, über die Zahl der tatsächlichen Clicks.
31. Die Rechnung ist innerhalb der auf der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Eventuelle Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Vereinbarte oder eingeräumte Nachlässe für vorzeitige Zahlungen sind ausschließlich im Rahmen des Rahmenauftrages und gelten nur bei Einhaltung der jeweiligen Menge und des zeitlichen Rahmens. Bei Nichteinhaltung der vereinbarten Menge oder des zeitlichen Rahmens ist der Verlag berechtigt, den Nachlass anteilig nach dem Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass nachzubuchen.
32. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz bzw., falls der Kunde Verbraucher im Sinne von § 13 BGB ist, in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz 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 Kunden ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen zurückzuführen auf ursprüngliche vereinbarte Zahlungsfrist und Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offener stehender Rechnungsbeiträge abhängig zu machen.
33. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechts verbindliche Kopie der Online-Werbung, die die Vergütung und die Veröffentlichung der Anzeige enthält.
34. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeliefert. Die Eingänge aus Ziffernanzeigen wird vier Wochen aufbewahrt. Ziffernanzeigen, die in dieser Zeit abgeholt werden, werden vernichtet.
35. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Unternehmens erforderlich. Der Konzernstatus ist dem Unternehmen schriftlich mitzuteilen. Der Nachweis muss von der Konzernabteilung der Beteiligung von mindestens 50 % besteht. Der Nachweis muss vor Inanspruchnahme des Konzernrabatts erbracht werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung des Verlages. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzugeben; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.
36. Durch höhere Gewalt (Feuer, Aussperrung, Betriebsstörungen etc.) eintretende Leistungsvorgängerungen sind vom Verlag nicht zu vertreten. Der Verlag kann nach Wegfall des Ereignisses Anzeigen in der nächst möglichen Ausgabe der Druckschrift und Online-Werbemittel unverzüglich veröffentlicht oder ganz oder teilweise vom Vertrag zurücktreten. Schadensersatzansprüche stehen dem Kunden insofern nicht zu.
37. Änderungen oder Ergänzungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen müssen schriftlich, per Telefax oder per E-Mail erfolgen. Das gilt auch für Änderungen dieser Klausel.
38. Die etwaige Unwirksamkeit einer Bestimmung dieser Bedingungen berührt nicht die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen. Unwirksame Bestimmungen sind durch solche zu ersetzen, die der besichtigten wirtschaftlichen Bedeutung der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommen.
39. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, wenn der Kunde Kaufmann im Sinne des Handelsgesetzbuches, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist. Gleiches gilt, soweit der Kunde bei der Vertragsschlusszeit seinen gewöhnlichen Aufenthalt in der Bundesrepublik Deutschland hat.
40. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.