

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen und sonstige Werbeformen in der Publikation MUH

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Anzeigenaufträge, die beim oekom verlag für die Zeitschrift MUH in Auftrag gegeben werden. Mit Erteilung des Auftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die jeweils gültigen Preise des Verlags als verbindlich an.

1. Anzeigenauftrag im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ist der Vertrag über Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen (Beikleber, Beihefter, Warenmuster, etc.) oder technischer Sonderausführungen unter Beachtung der von dem Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande kommen. Aufträge über Beilagen oder technische Sonderformen werden grundsätzlich vom Verlag erst nach Vorlage eines Musters angenommen. Aufträge können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden.

2. Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage des Anzeigenauftrags eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstiges Werbemittel (inkl. Online-Werbeformen) zu veröffentlichen. Der Auftraggeber sendet dazu die für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen rechtzeitig vor Anzeigenschluss an den Verlag.

3. Abruf eines Auftrags: Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist vertraglich 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. Der Auftraggeber ist berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Satz 1 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen abzurufen. Wurden keine gesonderten Konditionen vereinbart gilt die Preisliste.

4. Haftung für die Inhalte der Anzeige: Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbeform sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Unterlagen oder sonstigen Elemente.

5. Ablehnung von Aufträgen: Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder 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 Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Eine Ablehnung ist darüber hinaus möglich, wenn die Gestaltung der Anzeige nicht den ästhetischen oder qualitativen Anforderungen des Verlages entspricht. In diesem Fall wird der Verlag dem Auftraggeber anbieten, die Anzeige gegen Aufpreis umzugestalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt.

6. Kündigung von Aufträgen: Anzeigenaufträge können grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Die Kündigung kann nur schriftlich, auch per Telefax und E-Mail erfolgen. Bereits im Voraus gezahltes Entgelt wird erstattet. Im Übrigen findet Ziffer 15 dieser Bestimmungen Anwendung. Hinsichtlich eines einzelnen Abrufs oder eines Einzelauftrags für Gelegenheitsanzeigen kann die Stornierung innerhalb eines Zeitraums von bis zu 21 Werktagen vor Anzeigenschluss kostenfrei erfolgen.

7. Anzeigenschluss: Die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.

8. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder Internet-Seite veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.

9. Druckunterlagen: Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Gefahrübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorgaben, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Werden Druckvorlagen digital, also durch Datenträger (z.B. Diskette, CDROM, Cartridges) oder durch Fernübertragung (z.B. ISDN, eMail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

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

Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Andernfalls bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen beim Anzeigendruck. Zusammengehörende Dateien sind vom Kunden in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.

Computerviren: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-ROM mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 EUR an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück geschickt.

10. Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größenvorschriften 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 Anzeigenhöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.

12. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. 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. Originalbelege werden nur gegen Berechnung geliefert.

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

14. Satzkosten: Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.

15. Rabatte/Nachlässe: Rabatte aus der Mengen- und Malstaffel werden kumulativ auf die Anzeigenpreise angerechnet. 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.

16. Preisänderungen: Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufenden Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungsdatum des neuen Tarifs in Kraft.

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

18. Auflagenminderung: Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen kein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden. Eine bestimmte Auflagenzahl kann nicht garantiert werden.

19. Anzeigenrechnungen sind, falls keine Vorauszahlung vereinbart ist, innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen. 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.

20. Gewährleistung: Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler, das heißt, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe den Zweck der Anzeige nicht wesentlich beeinträchtigt. Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

21. Haftung: Der Verlag haftet für Schäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, einschließlich unerlaubter Handlung nur, soweit sie durch schuldhaftes Verletzung vertragswesentlicher Pflichten (sog. Kardinalpflichten) durch den Verlag in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz seitens des Verlages zurückzuführen sind. Haftet der Verlag für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung des Verlages auf den vertragstypischen Schaden beschränkt, mit dessen Entstehen der Verlag bei Auftragserteilung aufgrund der ihm zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände rechnen musste. Haftet der Verlag für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Geschäftsführer oder leitende Angestellte des Verlages sind, ist die Haftung des Verlages ebenfalls auf den vorgenannten Höchstbetrag begrenzt. Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden, entgangenen Gewinn oder den Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Geschäftsführern oder leitenden Angestellten des Verlages zurückzuführen sind. Der vorstehende Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gilt auch für Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlages. Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen.

22. Werbegenturen und Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

23. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, soweit eine Vereinbarung diesbezüglich gesetzlich zulässig ist.

24. Anwendbares Recht: Es gilt deutsches Recht.