

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

1 | Geltungsbereich

Diese AGB gelten für Anzeigenaufträge, Aufträge bezüglich sonstiger Werbemittel – deren Produktion und Veröffentlichung sowie beratende Dienstleistungen – sowie für Folgeaufträge hierzu (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet). Zusätzlich zu diesen AGB gelten die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste (Mediadaten) bzw. die aktuellen Preisangaben des Verlags zu den einzelnen Zeitschriften und Online-Angeboten als wesentlicher Vertragsbestandteil. Entgegenstehende oder abweichende Bedingungen des Auftraggebers erkennt der Verlag nicht an, es sei denn, er hat seiner Geltung ausdrücklich in Textform zugestimmt. Diese AGB gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichenden Bedingungen des Auftraggebers die Leistung vorbehaltlos ausführt. Ergänzend zu unseren AGB gelten im unternehmerischen Verkehr die in der Verkehrsordnung für den Buchhandel niedergelegten Handelsbräuche in ihrer jeweils geltenden Fassung. Anzeigenauftrag im Sinne dieser AGB ist der Vertrag zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber über Produktion und/oder Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel in einem Printmedium oder einheitlich in Print- und Online-Medien, in akustischer Form (wie Hörbuch, Rundfunk) oder sonstigen Medien zum Zweck der Verbreitung.

2 | Vertragsschluss

Die Aufträge für Anzeigen können telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax sowie online aufgegeben werden. Der Vertrag kommt mit der Annahme des Anzeigenauftrags durch den Verlag zustande. Die Annahme kann durch Auftragsbestätigung oder Rechnungsstellung erfolgen. Die Informationen zur Anzeigenbuchung stellen kein rechtlich bindendes Angebot des Verlags, sondern eine unverbindliche Produktinformation dar. Änderungen der Vertragsdaten (z. B. Firmierung, Anschrift) müssen dem Verlag schnellstmöglich angezeigt werden. Nach Rechnungsstellung fallen für Änderungen (etwa der Firmierung etc.) zusätzliche Bearbeitungskosten an. Ein Auftrag, der ohne Vorlage des Anzeigentextes oder eines Anzeigenmusters erteilt wurde, gilt unter dem Vorbehalt als angenommen, dass der Verlag gegen den Text oder die Form der Werbung keine Einwendungen erhebt.

Vermittler von Aufträgen haben dem Verlag bei Beauftragung die Identität ihres Kunden und das gewünschte Produkt zu nennen sowie Inhalte der Werbung oder ein Anzeigenmuster zu übermitteln.

Die Auftragsannahme und -Bestätigung durch den Verlag erfolgt generell unter dem Vorbehalt einer etwaigen Nicht-Realisierung der gewählten Ausgabe bzw. der gewählten Medienprodukte. Wenn eine Ausgabe oder ein Medienprodukt nicht erscheint, hat der Verlag das Recht, die beauftragte Werbung in der nächstmöglichen Ausgabe zu veröffentlichen oder vom Auftrag zurückzutreten. Der Verlag wird den Auftraggeber in einem solchen Fall frühzeitig informieren.

3 | Ablehnung von Aufträgen

Bei einem Abschluss über mehrere Veröffentlichungen, zu denen die Texte nachträglich eingereicht werden, kann der Verlag die Durchführung eines einzelnen Auftrags wegen Bedenken gegen Text oder Form oder wegen Unvereinbarkeit mit anderer Werbung ablehnen bzw. zeitlich verschieben, ohne dass hierdurch der Gesamtabschluss berührt wird. Der Verlag behält sich generell vor, Aufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen ihres Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen (bzw. bis zu einer Korrektur zurückzustellen), insbesondere wenn der Inhalt gegen Gesetz oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung aus anderen Gründen für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

4 | Gesetzlicher Ausschluss des Widerrufsrechts für Verbraucher

Bei Aufträgen im Sinne dieser AGB besteht kein Widerrufsrecht für Verbraucher. Nach § 312g Abs. 2 Nr. 1 BGB ist das Widerrufsrecht bei Fernabsatzverträgen zur Lieferung von Waren ausgeschlossen, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind.

5 | Ausschluss von Mitbewerbern

Der Ausschluss von Mitbewerbern bedarf einer besonderen Vereinbarung. Bei Anzeigen kann er nur für gleiche oder gegenüberliegende Seiten erfolgen.

6 | Gestaltung der Anzeige

Enthält der Auftrag keine Vorgaben über die Höhe, Breite und Farbigkeit einer Anzeige, so wird entsprechend dem mutmaßlichen Willen des Auftraggebers verfahren. In diesem Falle wird der Preisberechnung die tatsächliche Abdruckgröße (Umfang des Werbeartikels) zugrunde gelegt. Die jeweiligen Anzeigenmindestgrößen sind den Preislisten des Verlages zu entnehmen (bei Print, eBook u.ä. gilt Höhe und Breite in mm; bei anderen Medien können andere Berechnungseinheiten für den Anzeigenumfang gelten, wie z.B. die Länge in Sekunden bei akustischen Werbespots). Bei Print gilt außer-

dem: Seitenanteilige Formate können nicht miteinander verbunden und abgerechnet werden.

7 | Realisierungszeit

Aufträge werden, sobald die Druckunterlagen oder Prospekte verfügbar sind, für die nächst erreichbare Ausgabe realisiert. Der Verlag kann die Ausführung des Auftrags bis zur vollständigen Bezahlung der Vergütung zurückstellen. Anspruch auf Veröffentlichung oder Beilage in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen (in bestimmten Erscheinungsgebieten) besteht nur bei ausdrücklicher Vereinbarung.

8 | Zulieferung von Druckunterlagen und Werbemitteln

Der Auftraggeber ist verantwortlich für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckunterlagen und Werbemittel. Anzeigenaufträge können nur maschinell geschrieben oder elektronisch übermittelt oder in Druckschrift angenommen werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler, insbesondere bei telefonisch durchgegebenen oder handgeschriebenen zusätzlichen Anweisungen. Bei digital angelegten Druckunterlagen gewährleistet der Verlag die drucktechnisch einwandfreie Erfüllung des Auftrags nur, wenn vonseiten des Auftraggebers alle technischen Voraussetzungen hierfür erfüllt sind. Bei Anlieferung von unvollständigen oder fehlerhaften Druckdaten oder von Druckdaten, die von den vom Kunden zugelieferten Vorlagen abweichen, übernimmt der Verlag keine Haftung für das Druckergebnis. Die Anlieferung offener Daten erfolgt auf eigenes Risiko des Auftraggebers. Anzeigen, die Sonder- oder RGB-Farben enthalten, werden in CMYK umgesetzt. Für eventuell dadurch bedingte Farbabweichungen kann der Verlag keine Gewähr übernehmen. Bei Zusendung von Druckdaten ohne Farbandruck/Proof haftet der Verlag nicht für Farbabweichungen im Druck. Geringe Tonwertabweichungen liegen im Toleranzbereich des Druckverfahrens. Der Verlag gewährleistet die übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9 | Rechtsinhaberschaft, Rechteinräumung

Die Inhalte und die Gestaltung der Medienprodukte des Verlags sind urheberrechtlich geschützt. Die Rechte hieran stehen alleine dem Verlag zu. Das Recht des Auftraggebers ist beschränkt auf das Einstellen und Abrufen der Werbung im Rahmen und für die Dauer des erteilten Auftrags. Der Auftraggeber räumt dem Verlag sämtliche für Vertragsdurchführung erforderlichen Rechte an den von ihm zugelieferten Werbemitteln und sonstigen Materialien, insbesondere die urheberrechtlichen Nutzungsrechte und sonstigen Rechte ein. Hierzu zählen insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, zur Umarbeitung, zur Verbreitung, zur öffentlichen Zugänglichmachung, zur Übertragung, zur Sendung, zur Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf. Die Rechte werden räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung der beauftragten Werbung notwendigen Umfang eingeräumt, gelten für alle, im Rahmen des Vertragszwecks relevanten bekannten Nutzungsarten und sind zeitlich auf den für die Schaltung der Werbung vereinbarten Leistungszeitraum beschränkt. Die Rechteinräumung erfolgt zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses, spätestens aber im Zeitpunkt der Zulieferung. Die Rechte sind an in die Leistungserbringung eingebundene Dritte übertragbar und unterlizenzierbar. Insbesondere gilt bei der Produktion von akustischen Medienprodukten:

(a) Ist Gegenstand des Auftrages die Bearbeitung oder Verwendung geschützter Werke oder Sprache, so obliegt es dem Auftraggeber, die notwendige Erlaubnis des Originalurhebers einzuholen. Rechte, die die Urheber von Werken an die GEMA und/oder Musikverlage übertragen haben, sind nicht übertragbar und werden daher nicht durch Zahlungen an den Verlag abgegolten; der Auftraggeber verpflichtet sich folglich, alle insoweit anfallenden Gebühren für die mechanische Vervielfältigung, öffentliche Aufführung etc. im Verhältnis zu den Verwertungsgesellschaften (z.B. GEMA und GVL), Musikverlagen und/oder Urhebern ordnungsgemäß zu entrichten. Der Verlag ist im Falle der Verwendung vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Materialien nicht verpflichtet nachzuprüfen, inwieweit der Inhalt bestellter Arbeiten gegen gesetzliche Vorschriften verstößt. Ist dies der Fall, haftet der Auftraggeber für alle daraus entstehenden Nachteile oder Schäden und hält den Verlag insbesondere von Ansprüchen Dritter frei.

(b) Der Auftraggeber hat dem Verlag bei Auftragserteilung den Kunden, das Produkt, den Einsatzbereich und die Nutzungsdauer für die Produktion oder Dienstleistung anzugeben. Änderungen sind dem Verlag sofort mitzuteilen.

(c) Jeder dem Verlag erteilte Auftrag ist ein Urheberwerksvertrag, der auf die Einräumung von Nutzungs- und Verwertungsrechten an den vom Verlag erstellten Musik-, Hörbuch- und Werbeproduktionen und Werbedienstleistungen gerichtet ist. Die Nutzungs- und Verwertungsrechte an den vom Verlag erstellten Produktion und Dienstleistungen, z.B. Funk- und Tonträger-Produktionen, Werbung und Infotainment-Produktionen sowie einzelner Dienstleistungen hierfür gehen ausschließlich im vereinbarten Umfang, für die vereinbarte Zeit und für den vereinbarten Zweck auf den Auftraggeber über.

(d) Alle Entwürfe und fertigen Produktionen unterliegen dem Urheberrechtsgesetz. Dessen Bestimmungen gelten auch dann, wenn die nach §2 UrhG erforderlichen Schöpfungshöhe nicht erreicht ist. Vorschläge des Auftraggebers oder seine sonstige Mitarbeit haben keine Vergütungsminderung zur Folge und begründen auch kein Miturheberrecht.

(e) Die Nutzungs- und Verwertungsrechte gehen auf den Auftraggeber erst mit vollständiger Bezahlung der hierfür vereinbarten Vergütung über. Der Verlag ist im übrigen berechtigt, dem Auftraggeber mit sofortiger Wirkung die weitere Nutzung und Verwertung einer von ihr erstellten Produktion oder Dienstleistung zu untersagen, wenn der Auftraggeber mit der Bezahlung, die er im Rahmen der mit dem Verlag oder seiner Erfüllungsgehilfen bestehenden Geschäftsverbindung schuldet, sich mehr als 20 Tage in Verzug befindet.

(f) Weder mit der Auftragserteilung noch mit der Bezahlung der bestellten Produktion oder Dienstleistung begründet sich eine Exklusivität oder ein Konkurrenzverbot zu Lasten des Verlages oder seiner Erfüllungsgehilfen. Ausnahmen hiervon bedürfen einer ausdrücklichen und schriftlichen Individualvereinbarung. Ansonsten bleibt der Verlag berechtigt, nach Ablauf des zeitlich begrenzten Verwertungsrecht des Auftraggebers die vom Verlag oder dessen Erfüllungsgehilfen erstellten Produktion und Dienstleistung anderweitig zu verwerten, soweit nicht Persönlichkeitsrechte oder Leistungsschutzrechte des Auftraggebers dieser Verwertung entgegenstehen.

(g) Der Auftraggeber stellt den Verlag hinsichtlich Ansprüche Dritter frei.

(h) Der Verlag ist nicht dafür verantwortlich zu prüfen, ob durch Produktion und Ausführung etwaige Rechte Dritter verletzt werden könnten, behält sich jedoch im Einzelfall die Prüfung der Produkte vor.

(i) Der Verlag überträgt dem Auftraggeber die für den jeweiligen Verwendungszweck erforderlichen Nutzungsrechte. Soweit nichts anderes vereinbart ist, wird nur das einfache Nutzungsrecht übertragen. Der Verlag bleibt in jedem Fall, auch wenn das ausschließliche Nutzungsrecht eingeräumt wird, berechtigt, seine Produktionen und Vervielfältigungen davon im Rahmen der Eigenwerbung zu verwenden.

(j) Eine Weitergabe der Nutzungsrechte an Dritte durch den Auftraggeber bedarf der schriftlichen Vereinbarung zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber. Die Nutzungsrechte gehen auf den Auftraggeber erst nach vollständiger Bezahlung der Vergütung über.

(k) Der Verlag hat das Recht, auf den Vervielfältigungsstücken – insbesondere in der Labelcopy – als Produzent genannt zu werden. Dieses Recht kann auch auf den Erfüllungsgehilfen des Verlages übertragen werden. Verletzt der Auftraggeber das Recht auf Namensnennung, ist er verpflichtet, eine Vertragsstrafe in Höhe von 100% der vereinbarten Vergütung zu zahlen. Davon unberührt bleibt das Recht des Verlages, bei konkreter Schadensberechnung einen höheren Schaden geltend zu machen.

(l) Der Verlag ist berechtigt, alle Produktionen und Dienstleistungen oder Teile davon, die im Auftrag von Kunden entstanden sind, zu eigenen Zwecken unentgeltlich, zeitlich und räumlich uneingeschränkt in allen Medien zu nutzen. Der Verlag ist berechtigt, dazu den Namen des Auftraggebers, Künstlers oder Sprechers zu nennen. Dieses Recht kann zusätzlich auch auf den Erfüllungsgehilfen des Verlages übertragen werden.

10 | Änderungen von Druckunterlagen

Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Eine überdurchschnittlich aufwendige Bearbeitung von Druckunterlagen und überdurchschnittlich umfangreiche Satzarbeiten werden dem Auftraggeber gesondert zum Selbstkostenpreis in Rechnung gestellt. Der Anzeigentext ist vom Auftraggeber vor Zuleitung an den Verlag auf Rechtschreibung und Satzzeichen zu prüfen, da eine Nachkorrektur vonseiten des Verlages nicht erfolgt. Korrekturabzüge (generell erst ab 1/2 Seite möglich) werden nur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers geliefert. Sendet der Auftraggeber den ihm übermittelten Korrekturabzug nicht innerhalb der ihm vom Verlag hierzu mitgeteilten Frist zurück, so gilt der Korrekturabzug als zur vertraglich vereinbarten Nutzung genehmigt. Die Kosten für erhebliche Korrekturen werden vom Verlag gesondert in Rechnung gestellt.

11 | Aufbewahrung von Druckunterlagen

Die Pflicht des Verlages zur Aufbewahrung von Druckunterlagen erlischt 3 Monate nach der letzten Veröffentlichung.

12 | Veröffentlichung in Online-Medien

Für Anzeigen in Print-Medien, die auch oder rein in Online-Medien veröffentlicht werden, gelten folgende zusätzliche Bedingungen: Die Anzeige wird im Online-Medium in einer dem üblichen technischen Standard entsprechenden Weise wiedergegeben. Eine jederzeitige und vollständig fehlerfreie Wiedergabe der Anzeige kann der Verlag jedoch nach dem derzeitigen Stand der Technik nicht sicherstellen. Ein vom Verlag zu vertretender Fehler in der Wiedergabe liegt insbesondere dann nicht vor, wenn die Wiedergabe durch folgende, außerhalb des Verantwortungsbereichs des Verlages liegende Umstände beeinträchtigt wird: Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware (z. B. Browser) oder Hardware des Users oder des Internetdienstleisters, Störung der Kommunikationsnetze, Rechenerausfall auf Grund von Systemversagen oder Leitungsausfall, unvollständige und/oder nicht aktualisierte Zwischenspeicherung auf Proxy-Servern 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

der Anzeige andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit einer zeitgebundenen Festbuchung), wird der Verlag den Veröffentlichungszeitraum in Abstimmung mit dem Auftraggeber entsprechend der Ausfallzeit verlängern. Nur wenn eine zeitliche Verlängerung aus organisatorischen oder technischen Gründen nicht möglich ist, reduziert sich die vom Auftraggeber für die Online-Veröffentlichung zu leistende Vergütung anteilig entsprechend der Ausfallzeit. Weitere Ansprüche sind – unbeschadet der Ziffer 16 – ausgeschlossen.

13 | Rechnungen

Die Rechnungsbeträge sind Gesamtpreise in Euro. Sie enthalten die jeweils geltende gesetzliche Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile und sind zahlbar netto (ohne weitere Abzüge) bei Bankeinzug oder sofort nach Erhalt der Rechnung.

14 | Stornierung

Anzeigenaufträge können bis zum Anzeigenschlusstermin storniert werden. Die Stornierung muss schriftlich oder in Textform (per Post, Fax oder E-Mail) erfolgen. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Stornierung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

15 | Zugelieferte Inhalte

Der Kunde stellt sicher, dass die von ihm zugelierten und zur Veröffentlichung bestimmten Inhalte, insbesondere Texte, Grafiken oder Bilder, nicht im Widerspruch zu geltenden Rechtsvorschriften stehen und keine Rechte Dritter, insbesondere Urheberrechte oder sonstige Schutzrechte verletzen (s. auch Ziffer 9).

16 | Haftung

(a) Haftung für Mängel

Der Verlag haftet für Mängel nach den hierfür geltenden gesetzlichen Bestimmungen. Mängelhaftungsansprüche verjähren innerhalb von zwei Jahren ab Lieferung, falls der Auftraggeber Verbraucher ist, ansonsten innerhalb von zwölf Monaten ab Lieferung. Beanstandungen offensichtlicher Mängel müssen dem Verlag innerhalb einer Woche nach Empfang des Belegs erklärt werden, sonstige Mängel innerhalb der geltenden Verjährungsfrist. Die Haftung für Mängel in Bezug auf die elektronische Lesbarkeit von abgedruckten QR-Codes ist vorbehaltlich einer Haftung des Verlages nach Absatz (b) dieser Ziffer generell ausgeschlossen. Insbesondere haftet der Verlag nicht für die Nichterreicherung oder das Ausbleiben eines angestrebten Werbeerfolgs seitens des Auftraggebers.

(b) Haftung für Schäden

Der Verlag haftet im Rahmen der Gesetze für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen, sowie für Schäden bei Nichteinhaltung einer vom Verlag gegebenen Garantie oder wegen arglistig verschwiegener Mängel. Der Verlag haftet unter Begrenzung auf Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens für solche Schäden, die auf einer leicht fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten durch ihn oder seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen. Gewalt, Streik oder anderen Umständen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, haftet dieser nicht. Die Einschränkungen dieser Ziffer gelten auch zugunsten der gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlages, wenn Ansprüche direkt gegen diese geltend gemacht werden.

17 | Online-Streitbeilegung (OS), Alternative Streitbeilegung (AS)

Die Europäische Kommission stellt unter <http://ec.europa.eu/consumers/odr/> eine Plattform zur außergerichtlichen Online-Streitbeilegung (OS-Plattform) bereit (EU-Verordnung Nr. 524/2013). Die eMail-Adresse des Verlages lautet: info@gro-verlag.de

18 | Allgemeine Bestimmungen

Auftragsänderungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Das gilt auch für einen Verzicht auf das Schriftformerfordernis.

Sind oder werden einzelne Bestimmungen dieser AGB unwirksam, bleibt die Wirksamkeit ihrer übrigen Bestimmungen hiervon unberührt.

Ausschließlicher Gerichtsstand für Streitigkeiten mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen aus Verträgen ist Ulm.

Auf alle Streitigkeiten aus oder in Verbindung mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie aus und in Zusammenhang mit den auf deren Basis getätigten Geschäften findet, unabhängig vom rechtlichen Grund, ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung, dies jedoch unter Ausschluss aller nicht-zwingenden Bestimmungen des Kollisionsrechts, die in eine andere Rechtsordnung verweisen. Die Anwendung des U.N.-Kaufrechts ist ausgeschlossen.

Stand | Januar 2019

GRO Verlag
Steinackerstraße 85
89079 Ulm