

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend "die AGB") regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Anzeigenaufträgen. Hierfür gelten, soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, ausschließlich diese AGB. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausgeschlossen; das gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wird oder der Verlag seine Leistungen widerspruchslos erbringt.

### 1. Definitionen

**"Agentur"** meint Agenturen, die mit der Schaltung von Werbung in eigenem oder fremdem Namen befasst sind. Dies umfasst nicht reine Beratungs- oder Planungsagentur.

**"Agenturkunde"** ist ein Werbungtreibender, dessen Anzeigen von einer von ihm beauftragten Agentur in deren eigenem Namen und auf deren eigene Rechnung als Auftraggeberin beim Verlag gebucht werden. In diesem Fall wird der Agenturkunde nicht selbst Vertragspartner des Verlages, sondern es besteht ein zweistufiges Vertragsverhältnis Verlag – Agentur / Agentur Werbungtreibender, und die Preisgestaltung gegenüber dem Werbungtreibenden obliegt der Agentur.

**"Anzeigen"** umfasst Anzeigen und sonstige Werbemittel.

**"Anzeigenauftrag"** oder **"Abschluss"** ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden in einer vom Verlag vermarkteten Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung. Auch ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, bei denen die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen, ist ein Abschluss.

Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme). Der Abdruck der Anzeige stellt ebenfalls eine Bestätigung dar; in diesem Fall bedarf es keiner Annahmeerklärung des Verlages, § 151 BGB. Jeder Anzeigenauftrag bezieht sich auf einen vom Auftraggeber konkret mit Name oder Firma bezeichneten Werbungtreibenden; der Austausch des Werbungtreibenden durch den Auftraggeber nach Anzeigenbuchung bedarf der Zustimmung des Verlages in Textform; das gilt insbesondere im Agenturkundenmodell.

Wird ein Direktkunde durch eine Agentur vertreten, so ist spätestens bei der Anzeigenbuchung in Textform ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Buchung im Namen und für Rechnung des Direktkunden erfolgen soll. Unterbleibt ein derartiger rechtzeitiger Hinweis, gilt der Vertrag als mit Wirkung für und gegen die Agentur abgeschlossen, § 164 Abs. 2 BGB. Der Verlag ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

**"Auftraggeber"** ist der Vertragspartner des Verlages. Dies kann entweder die Agentur eines Agenturkunden oder der Direktkunde sein.

**"Direktkunde"** ist ein Werbungtreibender, der selbst Vertragspartner des Verlages (Auftraggeber) ist. Das gilt auch dann, wenn er eine Agentur als Stellvertreterin eingeschaltet hat, die den Anzeigenauftrag in seinem Namen abschließt, § 164 BGB.

**"Verlag"** ist die Gemeinnützige Stiftung Sexualität und Gesundheit GmbH, Odenwaldstraße 72, D-51105 Köln, für sämtliche von ihr vermarkteten Zeitungen und Zeitschriften, auch wenn diese von Dritten verlegt werden.

**"Werbungtreibender"** ist die juristische oder natürliche Person, die oder deren Produkte oder Dienstleistungen die Anzeige bewirbt. Dabei ist der Werbungtreibende entweder Agenturkunde oder Direktkunde.

2. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Wechselt ein Agenturkunde während des Abwicklungszeitraums eines Abschlusses die Agentur, so geht der Verlag davon aus, dass die ehemalige Agentur der neuen Agentur das Vertragsverhältnis mit allen Rechten und Pflichten aus dem Abschluss überträgt. Das Einverständnis des Verlages liegt in diesem Fall in der widerspruchslosen weiteren Abwicklung des Abschlusses mit der neuen Agentur.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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 Rabatt dem Verlag zu erstatten.

Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Rabatt.

4. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, 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.

Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

5. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort "Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.

6. Anzeigenaufträge sind für den Verlag bis zur Vorlage des Musters durch den Auftraggeber und seiner Billigung durch den Verlag kündbar. Der Verlag behält sich zudem vor, Anzeigen auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
- diese Werbung anderer Personen als des Werbungtreibenden (Dritter) oder für Dritte enthalten.

Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten ("Verbundwerbung"), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen Annahmeerklärung des Verlages in Textform. Verbundwerbung berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

Die Vertragskündigung nach Satz 1 oder die Ablehnung einer Anzeige nach Satz 2 wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

7. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

8. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

9. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, 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 erneut nicht mangelfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Anzeigenauftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Anzeigenauftrages ausgeschlossen. Reklamationen müssen binnen vier Wochen ab Erstverkaufstag geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel; diese müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

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 leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.

Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn.

Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

10. Geringe Farb- und Tonwertabweichungen sind durch das Druckverfahren bedingt. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

11. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall in Textform eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Rabatte für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z.B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zum Anzeigenschluss zu verlangen.

Mit Zustandekommen des Anzeigenauftrages tritt die auftraggebende Agentur ihren diesbezüglichen Zahlungsanspruch gegen den Agenturkunden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Agenturkunden offenzulegen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung des Verlages mindestens dreißig Tage in Verzug befindet. Etwaige Zahlungen im SEPA-Lastschriftverfahren werden zehn Tage nach Rechnungsversand durch den Verlag eingezogen.

12. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten 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 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 zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung gegen Ansprüche des Verlages nur mit unstreitigen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen berechtigt.

13. 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.

14. Im Verhältnis zwischen Verlag und Auftraggeber gilt die jeweils vom Verlag veröffentlichte aktuelle Preisliste.

15. Der Verlag ist berechtigt, die AGB und die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. AGB-

und Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Bei Sonderrabatten (z.B. Gegengeschäfte etc.) werden zusätzlich anfallende Kosten (z.B. Postgebühren) gesondert ausgewiesen und nicht rabattiert und provisioniert.

16. Rabatte werden, mit Ausnahme der nachfolgenden Regelungen, nicht gewährt für Werbungtreibende, die für andere Werbungtreibende ebenfalls Anzeigenaufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

Der Verlag behält sich vor, einer auftraggebenden Agentur auch solche Rabatte oder Nachlässe einzuräumen, die unabhängig von dem einzelnen Anzeigenauftrag bzw. Werbungtreibenden sind. Soweit nicht ausdrücklich anders ausgewiesen, beziehen sich die Rabattstaffeln in den Preislisten auf die Schaltungen für einen Werbungtreibenden je Insertionsjahr.

Wird für konzernverbundene Unternehmen als Werbungtreibende eine gemeinsame Rabattierung ("Konzernrabatt") beansprucht, ist der schriftliche Nachweis der Konzernzugehörigkeit des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Die Konzernzugehörigkeit ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Ende des Abschlussjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen Bestätigung in Textform durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

17. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder der Rechte Dritter entstehen können. Insbesondere trägt der Auftraggeber Gewähr dafür, dass die zugelieferten Werbemittel keine Substanzen nach der REACH-Verordnung Nr. 1907/2006/EC in einer höheren Konzentration als 0,1% enthalten, anderenfalls den Verlag rechtzeitig zu informieren sowie entsprechende Auskunftsansprüchen Dritter unverzüglich nachzukommen. 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 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, öffentlicher Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

18. 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 das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag.

19. Vom Verlag für den Auftraggeber gestaltete Anzeigenmotive (Promotions) dürfen nur für Anzeigen in den dafür beim Verlag gebuchten Ausgaben verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

20. Der Auftraggeber gestattet dem Verlag, seine Anzeigen online als Bestandteil der e-paper-Ausgabe öffentlich zugänglich zu machen sowie offline (z.B. auf CD-ROM, DVD, Papier-Präsentationen) zu vervielfältigen und zu verbreiten.

21. Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Anzeigenauftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Der Verlag ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Anzeigenauftrag Dritter zu bedienen.

22. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien den Inhalt des Anzeigenauftrags, insbesondere die Preise und Konditionen, streng vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Der Verlag ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Anzeigenauftrags den gemäß Ziffer 24 Satz 2 eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen.

23. Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Das gilt auch für eine Aufhebung des Schriftformerfordernisses.

24. Sollte eine Regelung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt lassen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine solche wirksame Regelung treten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt.

25. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Es gilt deutsches materielles Recht unter Ausschluss der Verweisungsregeln.

Gültig ab 14.01.2014