

# „Das Kleingedruckte“

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in einer Druckschrift oder im Internet zum Zwecke der Verbreitung. Für jeden Werbeauftrag und für alle Folgeaufträge gelten die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragschlusses aktuelle Preisliste von Nicole Ewald (nachfolgend Vermarkter) deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB der Werbungtreibenden/Inserenten/Kunden ist ausgeschlossen, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen.

2. Die AGB gelten sinngemäß für Beilagen- und Sonderformate.

3. Aufträge für Anzeigen bzw. Werbung können persönlich, telefonisch, schriftlich, per EMail oder Telefax aufgegeben werden. Der Vermarkter haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Vermarkter in Textform (Annahme).

4. Der Vermarkter kann Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe – nach sachgemäßem Ermessen ablehnen. Dies gilt insbesondere, wenn der Inhalt der Anzeigenaufträge gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat beanstandet wurde, wenn deren Veröffentlichung für den Vermarkter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

5. Abschluss ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der vom Vermarkter angebotenen Rabattstaffeln, wobei die einzelnen rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche oder elektronische Bestätigung des Abrufs zustande kommen. Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Vermarkter, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige zu veröffentlichen und die Übermittlung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss abzurufen. Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. In den Preisen des Vermarkters sind Formatunterschiede der Titel bereits berücksichtigt.

6. Auftragsunterlagen/Werbemittel müssen dem Vermarkter bis zum veröffentlichten Anzeigenschluss in elektronischer Form zur Verfügung gestellt werden. Die Veröffentlichung erfolgt innerhalb eines mit dem Auftraggeber festzulegenden Erscheinungsmoments mit einem Schieberecht von drei Wochen. Das Schieberecht kann je nach Titel unterschiedlich ausgeübt werden.

7. Anzeigen werden an bestimmten Stellen der Publikation nur dann veröffentlicht, wenn dies schriftlich (auch E-Mail), vereinbart wird. Sofern keine eindeutige Platzierung vereinbart ist, kann der Vermarkter die Platzierung je nach Titel frei bestimmen.

8. Anzeigenaufträge können nur schriftlich (auch E-Mail) gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ist die Anzeige noch nicht in Druck gegeben, kann der Vermarkter die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Der Vermarkter wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei, Schadensersatzansprüche des Kunden bestehen deswegen nicht.

9. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Vermarkter unverzüglich Ersatz an. Der Vermarkter gewährleistet die übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf schriftliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Vermarkters über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige.

10. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Vermarkter abzustimmen. Der Vermarkter ist berechtigt,

Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen.

11. Der Auftraggeber ist für den rechtlichen Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Vermarkter von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Vermarkter ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Ist der Vermarkter zum Abdruck einer Gegendarstellung verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

12. Der Vermarkter stellt eine Rechnung aus. Nach Absprache kann ein gesonderter Anzeigenbeleg eines Titels übermittelt werden. Ist dies nicht möglich, kann der Vermarkter eine Bescheinigung über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige erstellen. Originalbelege werden nur gegen Berechnung geliefert.

13. Anzeigen-Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungserhalt fällig und ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlung vor Erscheinen werden 3 % Skonto gewährt (Vorauszahlung), sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind. Im Falle einer oder mehrerer vorliegender Gutschriften wird Skonto erst nach deren Abzug gewährt. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offenstehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. Bei Stundung oder Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Vermarkter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Vermarkter berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen, abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel, von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt und nicht bestritten sind.

14. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Erscheinen des Werbemittels geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige im neuen Jahr verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Vermarkter mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Vermarkter eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Vermarkter nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsverminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren zwölf Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels. Im Übrigen gelten die gesetzlichen Gewährleistungsfristen.

15. Der Vermarkter 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 Schadensersatzansprüche gegen den Vermarkter unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Vermarkters nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Unberührt bleibt die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz. Schadensersatzansprüche gegen den Vermarkter verjähren, mit Ausnahme von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von dem Anspruch begründen-

den Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Vermarkters zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet. Der Kunde haftet dafür, dass übermittelte Daten frei von Viren sind. Dateien mit Viren kann der Vermarkter löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Vermarkter behält sich im Übrigen Ersatzansprüche für von Viren verursachte Schäden vor.

16. Agenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preise des Vermarkters zu halten. Die vom Vermarkter gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kunden-Netto, also nach dem Abzug von Rabatt, ggf. Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Vermarkter anerkannte Agenturen vergütet und dies nur unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Agentur erteilt wird, der die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt. Dem Vermarkter steht es frei, Aufträge von Agenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Agentur bestehen. Werbemittelaufträge durch Agenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Agenturen Aufträge erteilen, kommt daher der Vertrag im Zweifel mit der Agentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert und unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Vermarkter ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen. Neue Anzeigenpreise treten mit dem aus der Preisliste ersichtlichen Zeitpunkt in Kraft. Dies gilt auch für laufende Rahmenverträge (Abschlüsse) und Anzeigenaufträge. Für Einzelaufträge, die vor Bekanntgabe der neuen Preisliste erteilt wurden, gilt der alte Preis, sofern die Anzeige oder Beilage innerhalb von vier Monaten erscheinen soll.

17. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrages / dieser AGB / der Preisliste unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Eine unwirksame Bestimmung wird im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragsparteien mit der unwirksamen Bestimmung verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist Würzburg. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist Würzburg.

18. Der Vermarkter behält sich das Recht vor, diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen jederzeit zu ändern. Die geänderten AGB gelten dann grundsätzlich für die ab dem Änderungszeitpunkt eingegangenen Vertragsverhältnisse. Der Vermarkter hat das Recht, seine AGB auch mit Wirkung für laufende Verhältnisse zu ändern. In diesem Fall kann der Kunde binnen zwei Wochen ab Zugang der geänderten AGB der Änderung widersprechen. Widerspricht der Kunde nicht innerhalb von zwei Wochen nach Veröffentlichung, so gelten die abgeänderten Geschäftsbedingungen als angenommen. Bei einem fristgemäßen Widerspruch des Kunden gegen die geänderten Geschäftsbedingungen ist der Vermarkter berechtigt, den mit dem Kunden bestehenden Vertrag zu dem Zeitpunkt zu kündigen, zu dem die Änderung in Kraft tritt. Entsprechende Inhalte des Kunden werden sodann in der Datenbank gelöscht. Der Kunde kann hieraus keine Ansprüche gegen den Vermarkter geltend machen.

19. Der Vermarkter speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehung die Kundendaten mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung. Die freiwilligen Angaben werden zusammen mit den für die Abwicklung des Geschäftsvorfalles erforderlichen Angaben vom Vermarkter für Marketingzwecke genutzt, um interne Marktforschung zu betreiben und um den Kunden über Produkte und Dienstleistungen zu informieren, die für ihn von Interesse sein könnten. Sollte der Kunde dies nicht wünschen, kann er der Nutzung jederzeit schriftlich widersprechen: Nicole Ewald, Dipl. Grafik-Designerin, Unterer Mehlenweg 7, 97295 Waldbrunn oder an [graphic.wp@gmail.com](mailto:graphic.wp@gmail.com).