

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigenkunden der Fachzeitschriften des Verlages SIGS DATACOM GmbH

§ 1 Allgemeines

(1) Die im Folgenden dargestellten allgemeinen Geschäftsbedingungen beziehen sich ausschließlich auf die Schaltung von Anzeigen in Fachzeitschriften der SIGS DATACOM GmbH (Verlag) und richten sich an die Inserenten der Anzeigen.

(2) Durch die Auftragserteilung wird der Inhalt dieser Bedingungen zur Kenntnis genommen und akzeptiert. Geschäftsbedingungen des Kunden, die von unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichen, haben keine Gültigkeit, es sei denn, sie werden von SIGS DATACOM GmbH ausdrücklich schriftlich bestätigt.

(3) Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

§ 2 Vertragsgegenstand

Der jeweilige Vertragsgegenstand ergibt sich aus der konkreten vertraglichen Vereinbarung.

§ 3 Zustandekommen des Anzeigenvertrages / Änderungen

(1) Der Anzeigenvertrag kommt mit der Annahme des Anzeigenauftrages durch den Verlag zustande. Die Annahme kann durch Auftragsbestätigung oder Rechnungsstellung erfolgen.

(2) Die Annahme eines Anzeigenauftrages liegt im freien Ermessen des Verlages.

(3) Die Erteilung eines Auftrages ohne Vorlage des Anzeigentextes oder eines Beilagenmusters gilt lediglich unter dem Vorbehalt, dass seitens des Verlages keine Einwände gegen den Text oder die Form der Anzeige bestehen, als angenommen.

(4) Änderungen der Vertragsdaten, wie zum Beispiel die Firmierung oder die Anschrift, sind dem Verlag unverzüglich anzuzeigen. Sollten die Änderungen dem Verlag erst nach Stellung der Rechnung mitgeteilt werden, ist er berechtigt für die Vornahme der Änderungen eine Bearbeitungsgebühr zu erheben.

§ 4 Ablehnung der Durchführung eines Anzeigenauftrages

(1) Der Verlag behält sich auch nach Versendung der Annahmestätigung vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist.

(2) Absatz 1 gilt auch für Aufträge, die bei Verlagsvertretern oder sonstigen Annahmestellen aufgegeben werden.

(3) Die Ablehnung des Auftrages wird dem Auftraggeber nach der Prüfung des Auftrages unverzüglich mitgeteilt.

§ 5 Zulässigkeit von Anzeigen / gewerblicher Rechtschutz

(1) Der Auftraggeber hat Verletzungen und Beeinträchtigungen der gewerblichen Schutzrechte anderer und sonstige Verstöße gegen geltendes Recht zu unterlassen.

(2) Der Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der eingestellten Anzeigen, sowie der hierfür zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen, unterliegen der Verantwortung des Auftraggebers.

(3) Sollten Dritte Ansprüche aus den in Absatz 1 und 2 genannten Gründen gegenüber dem Verlag geltend machen, so ist er vom Auftraggeber freizustellen.

(4) Der Auftraggeber hat die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenanzeige nach Maßgabe der aktuellen Preisliste zu tragen, sofern diese sich auf Behauptungen innerhalb der in Auftrag gegebenen Anzeige bezieht.

§ 6 Kennzeichnung von Anzeigen

Eine Anzeige, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als solche erkennbar ist, wird mit dem Wort „Anzeige“ oder „Advertorial“ gekennzeichnet.

§ 7 Konkurrenzausschluss

Der Verleger gewährt keinen Konkurrenzausschluss.

§ 8 Stornierung

Fest erteilte Aufträge können nicht storniert werden, auch dann nicht, wenn die innere Einteilung, die Ausstattung, der Umfang, der Titel oder die Besitzverhältnisse der Zeitschrift geändert werden oder wenn einzelne Anzeigenvorlagen gemäß § 4 dieser AGB vom Verlag abgelehnt worden sind.

§ 9 Preise

(1) Die Berechnung des Anzeigenpreises erfolgt nach Seitenanteilen.

(2) Bei Änderung der im Rahmen der Mediadaten zur Verfügung gestellten Preisliste gelten die neuen Bedingungen auch für die laufenden Aufträge, und zwar bei Preissenkungen sofort, bei Preiserhöhungen einen Monat später. Auf den jeweils gültigen Tarif wird im Impressum der Zeitschrift hingewiesen.

(3) Die Kosten für Entwürfe, Reinzeichnungen usw. sind in den Anzeigenpreisen nicht enthalten. Soweit der Auftraggeber also die Druckunterlagen zur Verfügung stellt, übernimmt er die Kosten für die Beschaffung.

(4) Voraussetzung für die Gewährung von Skonti, Rabatten oder Preisnachlässen ist eine diesbezügliche separate schriftliche Vereinbarung.

(5) Sofern ein Nachlass (z. B. in Form eines Mengenrabatts) vereinbart wurde, hat der Auftraggeber einen rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb der Jahresfrist entsprechenden Nachlass. Dieser Anspruch erlischt, wenn er nicht innerhalb einer Frist von einem Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird.

§ 10 Fälligkeit / Verzug

(1) Die Rechnung ist spätestens 10 Tage nach Erhalt ohne Abzug fällig.

(2) Sofern der Anzeigenkunde den Rechnungsbetrag nicht innerhalb der in Absatz 1 genannten Fristen zahlt, so gerät er in Verzug.

(3) Bei Verzug sind die gesetzlichen Zinsen gemäß § 247 BGB i. V. m. § 288 BGB zu entrichten. Sofern dem Verlag ein höherer Schaden entsteht, ist er berechtigt, diesen geltend zu machen.

(4) Im Fall des Zahlungsverzuges kann der Verlag die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages bis zur vollständigen Zahlung zurückstellen und die zukünftige Veröffentlichung von Anzeigen von einer Zahlung per Vorkasse abhängig machen.

(5) Der Verlag ist außerdem berechtigt, von dem Vertrag zurückzutreten und Schadensersatz von dem Auftraggeber zu verlangen, wenn er trotz einer entsprechenden Zahlungsaufforderung durch den Verlag und fruchtlosem Ablauf einer gesetzten angemessenen Nachfrist seiner Zahlungsverpflichtung nicht nachkommt.

(6) Mögliche weitere Schadensersatzansprüche des Verlages bleiben unberührt.

§ 11 Drohende Zahlungsunfähigkeit des Auftraggebers

Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses, das Erscheinen weiterer Anzeigen - unabhängig von einer vorherigen Vereinbarung- von der Vorauszahlung des Anzeigenpreises und dem Ausgleich noch offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

§ 12 Rücktritt des Verlages

(1) Unbeschadet der Regelung des § 10 Abs. 5 dieser AGB ist der Verlag außerdem zum Rücktritt berechtigt, sofern die Annahme des Anzeigenauftrages aufgrund unrichtiger Angaben erteilt wurde.

(2) Der Verlag ist zudem bei Vorliegen eines wichtigen Grundes zum Rücktritt von dem geschlossenen Vertrag berechtigt.

(3) Die Geltendmachung eines Schadensersatzanspruches des Verlages gegen den Auftraggeber bleibt ausdrücklich vorbehalten.

§ 13 Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Abdruck als erteilt.

§ 14 Abtretung

Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenvertrag durch den Auftraggeber ist nicht zulässig.

§ 12 Haftung des Verlages für Mängel

(1) Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingt bestmögliche Wiedergabe der Anzeige.

(2) Für Mängel, die aus telefonischer oder fernschriftlicher Übermittlung jeder Art hervorgehen, sowie für die Richtigkeit von Übersetzungen übernimmt der Verlag keine Haftung.

(3) Können Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen sich erst beim Druck heraus, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Druck keine Ansprüche. Im Übrigen hat der Auftraggeber bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Ersatz in Form von unberechnetem, zusätzlichem Anzeigenraum in dem Ausmaße, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlust sind ausgeschlossen. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.

(4) Beanstandungen sind spätestens 10 Tage nach Anzeigendruck oder Rechnungsdatum zu erheben.

§ 13 Nichterfüllung des Auftrages

(1) Bei Nichterfüllung eines Auftrages muss der Auftraggeber der SIGS DATACOM GmbH den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zurückerstatten. Wurde die Erfüllung durch Gründe verhindert, welche die SIGS DATACOM GmbH zu vertreten hat entfällt, die Erstattungspflicht.

(2) Wird ein Auftrag ganz oder teilweise aus Gründen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so ist der Auftraggeber gleichwohl verpflichtet, den vollen Anzeigenpreis zu bezahlen. Die entsprechende Restrechnung, die gegebenenfalls zunächst auch nur für einen Teilbetrag erstellt werden kann, ist unabhängig davon, ob die gesamte Abnahmezeit bereits abgelaufen ist, zur Zahlung fällig.

§ 14 Lieferung des Anzeigentextes / Aufbewahrung von Druckunterlagen

(1) Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreie Druckunterlagen hat der Auftraggeber Sorge zu tragen.

(2) Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Sie werden nach der letzten Veröffentlichung längstens drei Monate aufbewahrt.

§ 15 Schaltung von Anzeigen

(1) Vorbehaltlich einer anderweitigen Vereinbarung erfolgt die Schaltung der Anzeigen zu dem nach der Auftragserteilung nächstmöglichen Zeitpunkt. Notwendige Voraussetzung für die Schaltung der Anzeige ist jedoch die Überlassung der Druckunterlagen.

(2) Der Verlag behält sich ausdrücklich die Änderung der Erscheinungsdaten der jeweiligen Zeitschrift aus technischen oder anderen Gründen vor.

(3) In der Anmeldung geäußerte Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit beachtet. Ein Anspruch hierauf besteht jedoch nicht. Für die Erfüllung der Platzierungswünsche werden die tariflichen Sätze berechnet.

(4) Der fristgemäße Abruf des Auftrages ist durch den Auftraggeber zu kontrollieren. Der Verlag haftet nicht für Auftragsüberschreitungen, die durch den Auftraggeber verursacht wurden.

§ 16 Anzeigenbeleg

(1) Der Verleger liefert nach Erscheinen der Anzeige 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 Aufnahmebescheinigung des Verlags.

(2) Beanstandungen offensichtlicher Mängel sind dem Verlag unverzüglich nach Empfang des Anzeigenbelegs zu erklären. Für sonstige Mängel gilt die gesetzliche Gewährleistungspflicht. Mängel in Bezug auf die elektronische Lesbarkeit eines QR-Codes sind generell ausgeschlossen.

§ 17 Chiffreanzeigen

(1) Der Verlag wendet für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote auf Chiffreanzeigen die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Eine weitergehende Haftung insbesondere bezüglich einer rechtzeitigen Weitergabe der Angebote ist ausdrücklich ausgeschlossen.

(2) Auf Chiffreanzeigen eingehende Einschreibe- und Eilbriefe werden ausdrücklich nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

(3) Sämtliche eingesandten Unterlagen werden für einen Zeitraum von vier Wochen aufbewahrt. Unzustellbare Zuschriften werden nach Ablauf dieser Frist vernichtet. Hochwertige Unterlagen sendet der Verlag sofern möglich zurück. Eine diesbezügliche Verpflichtung der Verlags besteht jedoch nicht.

§ 18 Höhere Gewalt

(1) Bei einem Ausfall infolge höherer Gewalt oder aufgrund sonstiger vom Verlag nicht zu vertretender Umstände, insbesondere aufgrund eines Streiks oder einer Aussperrung, gelten die gesetzlichen Vorschriften, wonach der Verlag von seiner konkreten Pflicht zur Veröffentlichung der Anzeige befreit ist. Die Abnahmezeit verlängert sich in diesen Fall jedoch um den Zeitraum

Unterbrechung der Anzeigeveröffentlichung. Der Auftraggeber wird insoweit nicht von seiner Zahlungsverpflichtung befreit.

(2) Ein weitergehender Anspruch auf Schadensersatz besteht nicht.

§ 19 Werbungsvermittler

(1) Werbungsvermittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit einem Auftraggeber an die Preisliste des Verlages zu halten.

(2) Die vom Verlag gewährte Mittlergebühr darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

§ 20 Datenschutz

Gemäß § 33 BDSG wird darauf hingewiesen, dass der Verlag die im Verkehr mit den Geschäftspartnern relevanten Daten zwecks Verarbeitung im automatisierten Verfahren speichert.

§ 21 Ausschlussklausel, Verjährung

(1) Der Auftraggeber hat seine Ansprüche gegen den Verlag innerhalb von drei Monaten nach Beendigung des Auftrages schriftlich gegenüber dem Verlag geltend zu machen. Maßgeblich für die Rechtzeitigkeit der Geltendmachung ist der Zugang beim Verlag. Sofern die Ansprüche nicht rechtzeitig gegenüber dem Verlag geltend gemacht werden, ist ein Ersatz dieser Ansprüche ausgeschlossen.

(2) Alle Ansprüche des Auftraggebers, auch die nach Absatz 1 rechtzeitig geltend gemachten Ansprüche, verjähren innerhalb von sechs Monaten ab dem Ende des Monats, in den die Beendigung des Auftrages fällt. Ausgenommen hiervon sind Ansprüche bei Haftung des Verlages wegen Vorsatz.

§ 22 Schlussbestimmungen

(1) Es gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Anwendung des UN-Kaufrechts (CISG) ist ausgeschlossen.

(2) Mündliche Absprachen zu dem zugrundeliegenden Vertrag bestehen nicht. Jegliche zusätzlichen Vereinbarungen und Regelungen bedürfen der Schriftform.

(3) Sofern der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, ist Gerichtsstand für alle Rechtsstreitigkeiten, die sich unmittelbar oder mittelbar aus dem Vertragsverhältnis zwischen SIGS DATACOM GmbH und dem Auftraggeber ergeben der Sitz der SIGS DATACOM GmbH.

(4) Im Falle des Absatzes 2 gilt als Erfüllungsort der Sitz der SIGS DATACOM GmbH als vereinbart.

(5) Sollte eine Bestimmung dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, so wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon nicht berührt. Die Parteien werden in diesen Fällen über die Vereinbarung einer die unwirksame Bestimmung ersetzenden Regelung verhandeln, die

dem Inhalt der ursprünglichen Bestimmung möglichst nahe kommt. Gleiches gilt für mögliche Vertragslücken.

Stand: 21.01.2014