

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Print-Werbung

§ 1 Geltungsbereich, Individualabreden

(1) Die nachfolgenden Bestimmungen gelten für Verträge zwischen dem Auftraggeber und der Condé Nast Germany GmbH, Oskar-von-Müller-Ring 20, 80333 München (nachfolgend „**Verlag**“) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen (nachfolgend zusammen „**Anzeigen**“) in Zeitschriften des Verlages (nachfolgend „**Anzeigenauftrag**“). Ferner gelten die nachfolgenden Bestimmungen entsprechend für Verträge, die Ad-Specials (z.B. Beilagen, Beihefter oder Beikleber) betreffen. Für die Veröffentlichung von Online-Werbung und von Custom Solutions gelten gesonderte Bestimmungen.

(2) Mit dem Auftraggeber individuell getroffene Vereinbarungen gehen diesen Bestimmungen vor.

§ 2 Abrufzeitraum

Anzeigen sind innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige zur Veröffentlichung abzurufen.

§ 3 Mengennachlass

Der Auftraggeber hat Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist gemäß § 2 entsprechenden Nachlass. Wurde dem Auftraggeber aufgrund der Menge der von ihm bestellten Anzeigen ein Preisnachlass gewährt und wird ein Anzeigenauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die vom Auftraggeber zu vertreten sind oder in seinem Risikobereich liegen, hat der Auftraggeber dem Verlag unbeschadet weiterer Pflichten den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Anzeigenabnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

§ 4 Vertragsschluss, Platzierung von Anzeigen und Ad-Specials, Erstverkaufstag, Beigaben/Umverpackungen

(1) Soweit nicht anders angegeben oder vereinbart, sind Angebote des Verlages unverbindlich und der Anzeigenauftrag kommt durch schriftliche Bestätigung des Antrags des Auftraggebers durch den Verlag, spätestens aber durch Veröffentlichung der Anzeige durch den Verlag zustande. Verträge für Ad-Specials sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend.

(2) Sofern der Verlag dem Auftraggeber bei Vertragsschluss nicht ausdrücklich schriftlich eine bestimmte Anzeigenplatzierung oder die Aufnahme von Ad-Specials an bestimmten Plätzen zugesagt hat, besteht kein Anspruch auf Aufnahme an bestimmten Plätzen der Zeitschrift. Für die Einhaltung einer vereinbarten Platzierung übernimmt der Verlag keine Haftung, sofern der Auftraggeber die Druckunterlagen bzw. Ad-Specials nach Ablauf der in der bei Abschluss des Anzeigenauftrages jeweils gültigen und unter www.condenast.de für den jeweiligen Print-Titel veröffentlichten oder auf Wunsch des Auftraggebers vom Verlag zu übersendenden Preisliste (nachfolgend „**Preisliste**“) hierfür festgelegten Frist liefert und die Einhaltung der Platzierung für den Verlag aus diesem Grunde nicht mehr oder nur mit unzumutbarem Aufwand möglich ist.

(3) Angaben des Verlages zum Erstverkaufstag sind unverbindlich, soweit nicht ausdrücklich anders angegeben oder vereinbart.

(4) Der Verlag behält sich vor, der Zeitschrift zur Steigerung der Attraktivität und des Abverkaufs jederzeit eine Umverpackung sowie weitere Produkte hinzuzufügen. Soweit aus diesen Gründen eine Anzeige, insbesondere auf der vierten Umschlagseite, bis zum Öffnen der Verpackung und gegebenenfalls dem Entfernen der weiteren Produkte ganz oder teilweise verdeckt wird, stehen dem Auftraggeber aus diesen Gründen Ansprüche, insbesondere auf Minderung des Anzeigenpreises oder auf Schadensersatz, gegen den Verlag nicht zu.

§ 5 Ablehnung von Anzeigenaufträgen, Kennzeichnung von Anzeigen

(1) Der Verlag behält sich vor, die Durchführung von Anzeigenaufträgen – auch einzelner Abrufe – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form der Anzeigen nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn die Anzeigen nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

(2) Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht eindeutig als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.

§ 6 Verantwortlichkeit des Auftraggebers für Inhalt und Zulässigkeit, Haftungsfreistellung, Anzeigen für Arznei- und Heilmittel

(1) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen.

(2) Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Anzeigenauftrages gegen den Verlag erwachsen, und dem Verlag den aus der Geltendmachung solcher Ansprüche entstehenden Schaden zu ersetzen, es sei denn, der Auftraggeber hat das Entstehen der Ansprüche Dritter bzw. den dem Verlag entstandenen Schaden nicht zu vertreten.

(3) Der Verlag ist nicht verpflichtet, Anzeigenaufträge daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Verlag ist berechtigt, die Schaltung von Anzeigen für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusicherung des Auftraggebers über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung abhängig zu machen und/oder die Werbevorgabe mit Zustimmung des Auftraggebers auf dessen Kosten durch eine sachverständige Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit hin überprüfen zu lassen.

§ 7 Rechtseinräumung zur Veröffentlichung in elektronischen Ausgaben

Neben der Veröffentlichung in der Print-Ausgabe ist der Verlag berechtigt, die Anzeige in einer elektronischen Ausgabe der Zeitschrift (z.B. als Faksimile, e-paper, Heft-Preview, e-book-Ausgabe, in einem Online-Archiv, auf CD-ROM oder DVD, in einer Applikation z.B. für Smartphone, Tablet u.ä.) (nachfolgend „**elektronische Ausgabe**“) zu veröffentlichen, insbesondere zu diesem Zweck zeitlich unbeschränkt zu vervielfältigen, zu verbreiten, zu übertragen, zu senden, öffentlich zugänglich zu machen oder in einer Datenbank zum Abruf bereit zu halten. Eine Verpflichtung des Verlages zur Veröffentlichung in einer elektronischen Ausgabe besteht nicht.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Print-Werbung

§ 8 Mitwirkungspflichten des Auftraggebers, Anlieferung von Druckunterlagen, Proofs, mangelhafte Druckunterlagen und Proofs

(1) Für die Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder Ad-Specials gemäß den in der Preisliste festgelegten Vorgaben ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Für die Auftragsbearbeitung ist bei digitaler Übermittlung der Druckunterlagen mittels des DUON-Portals (www.duon-portal.de) kein Proof notwendig. Bei Anlieferung der Daten auf eine andere Weise ist zusätzlich ein farbverbindlicher Proof entsprechend den vom Verlag im DUON-Portal bekanntgegebenen Standards zu übermitteln.

(2) Der Auftraggeber hat die Druckunterlagen innerhalb der in der Preisliste festgelegten Fristen anzuliefern. Nach Ablauf dieser Fristen sind Änderungen, insbesondere hinsichtlich Größe, Format und Farben nicht mehr möglich.

(3) Der Verlag übernimmt die Erstellung und Änderung von Druckunterlagen oder die Erstellung von Proofs nur ausnahmsweise und nur gegen gesonderte Berechnung.

(4) Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige im Rahmen der branchenüblichen Toleranzen, soweit es die übermittelten Druckunterlagen zulassen. Bei Reklamationen bezüglich Farbe bildet ein vom Verlag nach den im DUON-Portal bekanntgegebenen Standards erstellter Referenzproof die Basis für eine optische und messtechnische Bewertung. Die Mängelhaftung des Verlages bei unzulänglicher Druckqualität ist ausgeschlossen, soweit diese auf Mängeln der Druckvorlage beruht, die sich erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Die Mängelhaftung wegen Farbabweichungen ist ferner ausgeschlossen, soweit diese darauf beruhen, dass der Auftraggeber einen erforderlichen Proof nicht oder nicht entsprechend den im DUON-Portal bekanntgegebenen Standards übermittelt hat. Die Mängelhaftung des Verlages ist auch dann ausgeschlossen, wenn ein unzulänglicher Abdruck auf einer verspäteten Lieferung der Druckvorlagen beruht.

§ 9 Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

Der Auftraggeber hat die Fristen für das Briefing, gegebenenfalls einschließlich der Lieferung von Bild- und Pressematerial, für die Abstimmung mit dem Verlag nach Erhalt des Layout- und Textvorschlages und für die finale Layoutfreigabe einzuhalten. Soweit bei Vertragsschluss nicht individuell abweichende Fristen vereinbart wurden, gelten die im Angebot festgelegten Fristen; sind im Angebot keine Fristen festgelegt, gelten die auf der Website www.condenast.de für den jeweiligen Print-Titel festgelegten Fristen. Werden bei Vertragsschluss individuell kürzere Fristen vereinbart, ist im Falle eines verspäteten Briefings und/oder einer verspäteten Anlieferung von Bild- und Pressematerial nach Ablauf der vereinbarten Fristen der Verlag zur Veröffentlichung in der betreffenden Ausgabe des Print-Titels nicht verpflichtet. Der Verlag behält den Anspruch auf Zahlung des vereinbarten Preises; die Berücksichtigung etwaiger ersparter Aufwendungen richtet sich nach dem Gesetz. Alternativ ist der Verlag in diesem Fall berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Veröffentlichung gegen Zahlung des vollen Preises auf die nächste Ausgabe des Print-Titels zu verschieben, es sei denn, dies ist für den Auftraggeber unzumutbar.

§ 10 Verspätete Veröffentlichung

Sofern die gesetzlichen Voraussetzungen vorliegen, kann der Auftraggeber im Falle der verspäteten Veröffentlichung einer Anzeige vom Vertrag zurücktreten, es sei denn, der Verlag hat die Verzögerung nicht zu vertreten. Der Verlag hat die verspätete Veröffentlichung insbesondere dann nicht zu vertreten, wenn diese aufgrund verspäteter Mitwirkung des Auftraggebers gemäß § 9 erfolgt. Die Haftung des Verlages für Schäden wegen einer verspäteten Veröffentlichung richtet sich nach § 12.

§ 11 Mängelhaftung, Reklamationsfrist

(1) Weist die veröffentlichte Anzeige dem Verlag zuzurechnende Mängel auf, so steht dem Auftraggeber nach Wahl des Verlages ein Recht auf Ersatzanzeige oder Herabsetzung des Anzeigenpreises zu. Wählt der Verlag die Ersatzanzeige und schlägt diese fehl, so steht dem Auftraggeber unter den gesetzlichen Voraussetzungen das Recht auf Herabsetzung des Anzeigenpreises oder zum Rücktritt vom Vertrag zu.

(2) Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Erscheinen der Anzeige geltend gemacht werden, es sei denn, dass es sich um verborgene Mängel handelt. Schadensersatzansprüche und Aufwendungsersatzansprüche wegen Mängeln stehen dem Auftraggeber nur zu, soweit die Haftung des Verlages nicht gemäß § 12 ausgeschlossen oder beschränkt ist.

(3) Andere als in diesem § 11 geregelte Ansprüche wegen Mängeln der veröffentlichten Anzeige sind ausgeschlossen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Print-Werbung

§ 12 Haftung

(1) Für vom Verlag oder dessen Erfüllungsgehilfen verursachte Schäden haftet der Verlag unbeschränkt, wenn diese vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurden. Bei leicht fahrlässiger Verletzung einer Hauptleistungspflicht oder einer Nebenpflicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet oder deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber vertrauen durfte (nachfolgend „**wesentliche Nebenpflicht**“), ist die Haftung des Verlages auf bei Vertragsschluss vorhersehbare, vertragstypische Schäden begrenzt. Bei leicht fahrlässiger Verletzung von Nebenpflichten, die keine wesentlichen Nebenpflichten sind, haftet der Verlag nicht.

(2) Die Haftung bei arglistigem Verschweigen von Mängeln, bei Übernahme einer Beschaffenheitsgarantie sowie die Haftung für Ansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz oder für Ansprüche wegen der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit bleiben hiervon unberührt. Eine Änderung der Beweislast zum Nachteil des Auftraggebers ist hiermit nicht verbunden.

§ 13 Preise

Die Preise ergeben sich aus der jeweils aktuellen Preisliste und verstehen sich jeweils in Euro zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer. Sie bestimmen sich nach dem vom Auftraggeber gewählten Format, das einem der in der Preisliste angegebenen Formate entsprechen muss.

§ 14 Preisänderungen

Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für bereits abgeschlossene Aufträge. Eine Preiserhöhung wird jedoch frühestens drei Monate nach Bekanntgabe wirksam. Falls sich der Preis für einen bereits abgeschlossenen Auftrag um mehr als 5% erhöht, kann der Auftraggeber von dem Auftrag zurücktreten; bei einem Auftrag über mehrere Anzeigen kann der Auftraggeber zurücktreten, soweit einzelne Anzeigen von der 5% übersteigenden Preiserhöhung betroffen sind. Der Rücktritt ist innerhalb von einem Monat ab Bekanntgabe der Preiserhöhung schriftlich zu erklären.

§ 15 Konzernrabatte

Bei Vereinbarung eines Konzernrabatts wird den konzernverbundenen Unternehmen der Rabatt nach Maßgabe dieser Bestimmung gewährt. Konzernverbundene Unternehmen sind Unternehmen, an denen das Unternehmen, mit dem der Konzernrabatt vereinbart wurde, direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte hält. Das den Rabatt beanspruchende Unternehmen hat den Konzernstatus in geeigneter Form (z.B. Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers, notarielle Bestätigung oder Vorlage eines aktuellen Handelsregisterauszuges) innerhalb eines Monats nach Abschluss des Auftrages nachzuweisen. Bei späterem Nachweis ist eine rückwirkende Anerkennung für bereits geschlossene Aufträge ausgeschlossen. Mit dem Ende der Konzernverbundenheit nach dieser Bestimmung endet automatisch auch die Konzernrabbattierung für das betreffende Unternehmen; das Ende der Konzernzugehörigkeit ist dem Verlag unverzüglich schriftlich anzuzeigen.

§ 16 Fälligkeit, Zahlungsfrist

Der Anzeigenpreis wird zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der Anzeige fällig. Ist Gegenstand des Auftrages die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, so ist der auf die einzelnen Anzeigen entfallende Anzeigenpreis bei Veröffentlichung der jeweiligen Anzeige fällig. Rechnungen des Verlages sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Rechnungsdatum an laufenden Frist zu bezahlen. Für das SEPA-Basis-Lastschriftverfahren wird die Frist für die Vorabankündigung (Pre-Notification) auf 7 Tage verkürzt.

§ 17 Zahlungsverzug, Gefährdung der Gegenleistung durch mangelnde Leistungsfähigkeit des Auftraggebers

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden gesetzliche Verzugszinsen und gesetzliche Verzugszuschläge berechnet. Die Rechte des Verlages, einen weitergehenden Schaden ersetzt zu verlangen, bleiben unberührt. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug unbeschadet sonstiger Rechte die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen.

(2) Wird nach Vertragsschluss erkennbar, dass der Anspruch des Verlages auf die Gegenleistung durch mangelnde Leistungsfähigkeit des Auftraggebers gefährdet wird, ist der Verlag berechtigt, die Leistung zu verweigern, bis der Auftraggeber die Gegenleistung bewirkt oder Sicherheit geleistet hat. Der Verlag kann eine angemessene Frist bestimmen, in welcher der Auftraggeber Zug-um-Zug gegen die Leistung nach seiner Wahl die Gegenleistung zu bewirken oder Sicherheit zu leisten hat. Der Verlag ist nach Fristablauf berechtigt, von dem Vertrag zurückzutreten und/oder bei Vorliegen der gesetzlichen Voraussetzungen Schadens- oder Aufwendungsersatz zu verlangen.

§ 18 Anzeigenbelege, Aufbewahrungspflicht für Druckunterlagen

(1) Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht geliefert werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

(2) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet drei Monate nach Erscheinen der Anzeige. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber auf dessen Kosten zurückgesandt.

§ 19 Erfüllungsort, Gerichtsstand, Anwendbares Recht

(1) Erfüllungsort ist München, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist.

(2) Gerichtsstand ist München, wenn der Auftraggeber Kaufmann oder eine juristische Person des öffentlichen Rechts ist oder er keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland hat. Der Verlag ist jedoch berechtigt, den Auftraggeber auch an jedem anderen gesetzlichen Gerichtsstand zu verklagen.

(3) Es gilt deutsches Recht.

Stand: Oktober 2018