

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Verlagsgruppe Rudolf Müller für Werbemittel und Eintragungen in Online-Medien

1. Vorbemerkung

Die folgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für Verträge über die Schaltung von Werbemitteln und Eintragungen in elektronischen Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet (nachfolgend kurz „Online-Medien“ genannt), mit den Unternehmen Verlagsgesellschaft Rudolf Müller GmbH & Co. KG, Immobilien Manager Verlag IMV GmbH & Co. KG, Charles Coleman Verlag GmbH & Co. KG, Bruderverlag Albert Bruder GmbH & Co. KG, Feuertrutz GmbH Verlag für Brandschutzpublikationen sowie Verlag Siegfried Rohn GmbH & Co. KG (im Folgenden „Verlag“) der Verlagsgruppe Rudolf Müller .

Für den Werbe-/Eintragungsauftrag gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

Für Werbe- und Eintragungsaufträge, die sich sowohl auf Online-Medien als auch auf Zeitschriften oder Zeitungen beziehen, gelten jeweils die Allgemeinen Geschäftsbedingungen desjenigen Mediums, in dem der jeweilige Werbe- und Eintragungsauftrag vertragsgemäß erfolgen soll.

2. Werbe-/Eintragungsauftrag

„Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Online-Medien zum Zwecke der Verbreitung.

„Eintragungsauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Eintrages oder mehrerer Einträge in Online-Medien zum Zwecke der Verbreitung.

3. Werbemittel

Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (z.B. Banner),
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

4. Eintragungen

Eine Eintragung im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Eintrag in ein Verzeichnis in Form eines Datensatzes,
- aus einer ausführlichen Information des Auftraggebers als Anhang zum jeweiligen Datensatz,
- aus einem Link auf einen elektronischen Informations- und Kommunikationsdienst des Auftraggebers,
- aus der Schaltung einer E-Mail-Verbindung zum Auftraggeber.

5. Vertragsschluss

Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande.

Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages zugrunde. Soweit Werbeagenturen Werbeaufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Der Verlag ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

6. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

7. Auftragserweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 6 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

8. Nachlasserstattung

Wird ein Werbeauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

9. Datenanlieferung

Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlags entsprechende Werbemittel/Einträge rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Mit der Erstellung der Daten für die Einträge kann auch der Verlag beauftragt werden. Hierfür gelten gesonderte Konditionen.

Die Pflicht des Verlags zur Aufbewahrung des Werbemittels/Eintrages endet einen Monat nach seiner letztmaligen Verbreitung. Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels/Eintrages hat der Auftraggeber zu tragen.

10. Chiffrewerbung

Für den Fall, dass Chiffrewerbung geschaltet werden kann, werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.

Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von einem Megabyte je E-Mail weitergeleitet.

11. Ablehnungsbefugnis

Der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – sowie Einträge abzulehnen bzw. zu sperren, 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 Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

Insbesondere kann der Verlag ein bereits veröffentlichtes Werbemittel bzw. einen bereits veröffentlichten Eintrag zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

12. Rechtsgewährleistung

Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels/Eintrages erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Werbe-/Eintragungsauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. 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 Online-Medien, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

13. Gewährleistung des Verlags

Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels/Eintrags. Dem Auftraggeber ist

jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler.

Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel/Einträge liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent des vertraglich vereinbarten Schaltungszeitraums) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels/Eintrags hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

Sind etwaige Mängel bei den Werbungs-/Eintragungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Dies gilt auch bei Fehlern in wiederholten

Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

14. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Verlag nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt.

Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Verlags bestehen.

15. Haftung

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter

Handlung nach folgenden Bestimmungen:

Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde und nur in Höhe des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens.

Dies gilt nicht für das Rücktrittsrecht eines Verbrauchers bei einer Pflichtverletzung, die nicht in einem Mangel der Leistung besteht und vom Verlag zu vertreten ist. Die Haftung bei einer Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleiben unberührt. Ebenso die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

16. Preisliste

Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet oder anderen Medien veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten.

Für vom Verlag bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels/der Eintragung angekündigt werden.

Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlags zu halten.

17. Zahlungsverzug

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel/Einträge ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

18. Kündigung

Kündigungen von Werbe-/Eintragungsaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

19. Datenschutz

Der Werbe-/Eintragungsauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

20. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.

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 deutschen Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.