
Allgemeine Geschäftsbedingungen

§ 1 Geltungsbereich: Die nachfolgenden Bestimmungen gelten für Verträge mit der Quartier für feine Medien GmbH, Montgelasstraße 15, 81679 München (nachfolgend „Verlag“) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen in Zeitschriften des Verlags (nachfolgend „Anzeigenauftrag“). Ferner gelten die nachfolgenden Bestimmungen entsprechend für Aufträge, die FESCH-Specials (z.B. Beilagen, Beihefter oder Beikleber) betreffen.

§ 2 Abrufzeitraum: Soweit nicht anders vereinbart, sind Anzeigen 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 Nachlass auf den Anzeigenpreis gewährt und wird ein Anzeigenauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die vom Auftraggeber zu vertreten sind oder in seinem Risikobereich liegen, so hat der Auftraggeber dem Verlag unbeschadet weiterer Rechtspflichten den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Anzeigenabnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

§ 4 Aufträge für Specials, Platzierung von Anzeigen und Specials: Aufträge für Specials sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend. Sofern der Verlag dem Auftraggeber bei der Auftragserteilung nicht ausdrücklich schriftlich eine bestimmte Anzeigenplatzierung oder die Aufnahme von 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. Specials nach Ablauf der in der 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.

§ 5 Ablehnung von Anzeigenaufträgen, Kennzeichnung von Anzeigen: Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch rechtsverbindlich bestätigte Aufträge sowie einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – 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 eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. 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 der Anzeige, Haftungsfreistellung, Anzeigen für Arznei- und Heilmittel: Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Inse-rtion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages gegen den Verlag erwachsen, und dem Verlag den aus der Geltendma-chung solcher Ansprüche entstehenden Schaden zu ersetzen, es sei denn, der Auf-traggeber hat das Entstehen der Ansprüche Dritter bzw. den dem Verlag entstandenen Schaden nicht zu vertreten. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge 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 Werbevorlage mit Zustimmung des Auftraggebers auf dessen Kosten durch eine sachverständige Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit hin überprüfen zu lassen.

§ 7 Rechtseinräumung: Neben der Veröffentlichung in der Print-Ausgabe ist der Ver-lag 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) („elektronische Ausgabe“) zu veröffentlichen, insbesondere zu die-sem 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, soweit nicht anders vereinbart. Im Einzelfall wird der Verlag die Anzeige auf Wunsch des Auftraggebers aus der elektronischen Ausgabe entfernen, soweit berechtigte Interessen dies erfordern (z.B. wenn sich der Auftraggeber ge-genüber einem Dritten rechtswirksam zur Unterlassung der Anzeigenschaltung ver-pflichtet hat oder rechtskräftig zur Unterlassung verurteilt wurde).

§ 8 Mitwirkungspflichten des Auftraggebers, Druckunterlagen, Proofs, Änderun-gen, Erstellung und Änderung von Druckunterlagen und Proofs durch den Ver-lag, Ausschluss der Mängelhaftung: Für die Lieferung des Anzeigentextes und ein-wandfreier Druckunterlagen oder Specials gemäß den in der Preisliste festgelegten Vorgaben ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Für die Auftragsbearbeitung ist, auch bei digitaler Übermittlung der Druckunterlagen, zusätzlich ein farbverbindlicher Proof entsprechend den vom Verlag vorgegebenen Standards zu übermitteln. Der Auf-traggeber ist ferner für die Lieferung der Druckunterlagen innerhalb der in der Preisliste festgelegten Fristen verantwortlich. Nach Ablauf dieser Fristen sind Änderungen, ins-besondere hinsichtlich Größe, Format und Farben nicht mehr möglich. Der Verlag übernimmt die Erstellung und Änderung von Druckunterlagen oder die Erstellung von Proofs nur ausnahmsweise und nur gegen gesonderte Berechnung. Der Verlag ge-währleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige, soweit es die übermittelten Druckunterlagen zulassen. Die Mängelhaftung des Verlages bei unzu-länglicher Druckqualität ist ausgeschlossen, wenn diese auf Mängeln der Druckvor-

lage beruht, die sich erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Die Mängelhaftung wegen Farbabweichungen ist ferner ausgeschlossen, soweit diese darauf beruhen, dass kein oder kein ordnungsgemäßer Proof übersandt wurde. Die Mängelhaftung des Verlages ist auch dann ausgeschlossen, wenn ein unzulänglicher Abdruck auf einer verspäteten Lieferung der Druckvorlagen beruht.

§ 9 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. Die Haftung des Verlages für Schäden wegen einer verspäteten Veröffentlichung richtet sich nach § 11.

§ 10 Mängelhaftung, Reklamationsfrist: 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. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Erscheinen der Anzeige geltend gemacht werden, es sei denn, dass es sich um verborgene Mängel handelt. Schadensersatzansprüche wegen Mängeln stehen dem Auftraggeber nur zu, soweit die Haftung des Verlages nicht gemäß § 11 ausgeschlossen oder beschränkt ist. Andere als in diesem § 10 geregelte Ansprüche wegen Mängeln sind ausgeschlossen.

§ 11 Haftung: 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 („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. 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 bleibt hiervon unberührt. Eine Änderung der Beweislast zum Nachteil des Auftraggebers ist hiermit nicht verbunden.

§ 12 Preise: Soweit nicht anders vereinbart, ergeben sich die Preise aus der bei Abschluss des Anzeigenauftrages jeweils gültigen Preisliste. Sie bestimmen sich nach dem vom Auftraggeber gewählten Format, das einem der in der Preisliste angegebenen Formate entsprechen muss.

§ 13 Preisänderungen: Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für bereits abgeschlossene Auftragsaufträge. Eine Preiserhöhung wird jedoch frühestens drei Monate nach Bekanntgabe wirksam. Falls sich der Preis für einen bereits abgeschlossenen Auftragsauftrag um mehr als 5% erhöht, kann der Auftraggeber von dem Auftragsauftrag zurücktreten; bei einem Auftragsauftrag 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.

§ 14 Fälligkeit, Zahlungsfrist: Der Anzeigenpreis wird zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der Anzeige fällig. Ist Gegenstand des Auftragsauftrages 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, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

§ 15 Zahlungsverzug, Gefährdung der Gegenleistung durch mangelnde Leistungsfähigkeit des Auftraggebers: Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8%-Punkten über dem jeweiligen Basiszinssatz sowie Einziehungskosten berechnet. Die Rechte des Verlages, einen weitergehenden Schaden ersetzt zu verlangen, bleiben unberührt. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen. Wird nach Vertragsschluss erkennbar, dass der Anspruch des Verlages auf die Gegenleistung durch mangelnde Leistungsfähigkeit des Auftraggebers gefährdet wird, so 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.

§ 16 Anzeigenbelege: Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftragsauftrages 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.

§ 17 Minderung des Anzeigenpreises: Sofern der Auftraggeber rabattfähige Anzeigen auf Basis der Mengenstaffel für mindestens drei Ausgaben bestellt, besteht im Falle einer Unterschreitung der Garantiauflage unter folgenden Voraussetzungen ein Anspruch auf Minderung des Anzeigenpreises:

a) Garantieauflage im Sinne dieses § 18 ist die vom Verlag in der jeweils gültigen Anzeigenpreisliste oder anderweitig öffentlich festgelegte und ausdrücklich als „Garantierte Druckauflage“ oder „Garantiert verkaufte Auflage“ bezeichnete Auflage.

b) Voraussetzung für einen Anspruch auf Minderung ist, dass die durchschnittliche Auflage der belegten Ausgaben innerhalb des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschreitet. Hierbei berechtigt eine Unterschreitung nur dann zur Preisminderung, wenn diese bei einer Garantieauflage bis zu 50.000 Exemplaren mehr als 20%, bei einer Garantieauflage bis zu 100.000 Exemplaren mehr als 15%, bei einer Garantieauflage bis zu 500.000 Exemplaren mehr als 10% und bei einer Garantieauflage von mehr als 500.000 Exemplaren mehr als 5% beträgt (Schwankungsbreite).

c) Soweit nicht anders vereinbart, ist Grundlage für die Berechnung der Preisminderung der Auftrag pro (Einzel-)Unternehmen. Die Höhe der Preisminderung errechnet sich aus der prozentualen Abweichung zwischen Garantieauflage und tatsächlicher Auflagenhöhe abzüglich der jeweiligen Schwankungsbreite. Die Höhe der tatsächlichen Auflage wird zukünftig gemäß der Definition der IVW ermittelt. Ein Anspruch auf Minderung besteht nur, wenn die so berechnete Preisminderung mindestens Euro 2.500,00 beträgt. Minderungsansprüche sind ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Der Minderungsbetrag wird am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung einer evtl. gewährten Agenturvergütung als Naturalgut schriftlich gewährt. Wenn dies nicht mehr möglich ist, erfolgt eine Auszahlung.

d) Hat der Verlag eine Garantieauflage nicht festgelegt, gilt dieser § 18 entsprechend bei Unterschreitung der verkauften Auflage. Anstelle der Garantieauflage ist für die Minderung in diesem Fall bei Titeln, für die heftbezogene Auflagen Daten veröffentlicht werden, der Durchschnitt der verkauften Auflage im Sinne der Definition der IVW in den vier Kalenderquartalen vor Beginn des Insertionsjahres maßgeblich. Bei Titeln, für die quartalsweise Auflagen Daten veröffentlicht werden, bestimmt sich die Minderung nach dem Durchschnitt der verkauften Auflage im Sinne der Definition der IVW im Kalenderjahr vor Beginn des Insertionsjahres.

e) Evtl. Schadensersatz- oder gesetzliche Mängelansprüche bleiben von den vorstehenden Regelungen in diesem § 18 unberührt.

§ 18 Aufbewahrungspflicht: 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: Erfüllungsort ist München, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist. Gerichtsstand ist München, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist oder er keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland hat. Der Verlag ist jedoch berechtigt, den Auftraggeber auch an jedem anderen gesetzlichen Gerichtsstand zu verklagen. Es gilt deutsches Recht.