

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN VON G+J eIMS (vormals genannt Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften)

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB“) regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber bei der Erbringung von Leistungen des Verlages für Kunden von G+J eIMS, insbesondere die Abwicklung von Anzeigenaufträgen. Hierfür gelten, soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, ausschließlich diese AGB. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausgeschlossen; das gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wird oder der Verlag seine Leistungen widerspruchslos erbringt.

1. Definitionen

„**Agentur**“ meint Agenturen, die mit der Auftragserteilung in eigenem oder fremdem Namen befasst sind.

„**Agenturkunde**“ ist ein Auftraggeber, für den eine von ihm beauftragte Agentur als Auftraggeberin in eigenem Namen und auf eigene Rechnung Leistungen beim Verlag bucht. In Bezug auf die Buchung besteht ein zweistufiges Vertragsverhältnis Verlag – Agentur/Agentur – Agenturkunde; die Preisgestaltung gegenüber dem Agenturkunden obliegt der Agentur.

„**Anzeige**“ umfasst Anzeigen und sonstige Werbemittel.

„**Direktkunde**“ ist ein Auftraggeber, mit dem ein direktes Auftragsverhältnis besteht. Das gilt auch dann, wenn er eine Agentur als Stellvertreterin eingeschaltet hat, die den Auftrag in seinem Namen abschließt, § 164 BGB.

„**Auftraggeber**“ ist der Vertragspartner des Verlages (Agentur oder Direktkunde).

„**Herstellungsauftrag**“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Erbringung von Kreative-, Herstellungs- und/oder Druckleistungen.

„**Anzeigenauftrag**“ oder „**Abschluss**“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung von Anzeigen in einer vom Verlag vermarkteten Publikation und/oder die Erbringung sonstiger Leistungen des Verlages. Auch ein Vertrag über mehrere Leistungen, die auf Abruf des Auftraggebers erfolgen, ist ein Abschluss.

„**Produkttest**“ ist der Auftrag für die Durchführung der Testung eines Produkts mit Lesern/ Nutzern des Verlages.

„**Publikation**“ ist eine vom Verlag vermarktete Print- oder Digitalpublikation (E-Paper, eMagazine).

„**Verlag**“ ist die Gruner + Jahr GmbH & Co KG, Bereich eIMS, Am Baumwall 11, D-20459 Hamburg, für sämtliche von ihr vermarkteten Publikationen, auch wenn diese von Dritten verlegt werden.

„**WoM-Kampagne**“ ist der Auftrag für eine Word-of-Mouth-Kampagne auf markenjury.de und vergleichbaren Plattformen.

„**Werbungtreibender**“ ist die juristische oder natürliche Person, die oder deren Produkte oder Dienstleistungen eine Anzeige bewirbt.

„**Zeitpunktmarketing-Produkt**“ ist ein vom Verlag ausschließlich als Werbeträger konzipiertes Produkt, das Gutscheine, Warenproben, Werbemittel und ggf. sonstige Produkte verschiedener Auftraggeber enthält.

ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

1. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung durch den Auftraggeber (Angebot) und Auftragsbestätigung durch den Verlag in Textform (Annahme) oder Erbringung der Leistung.

2. Wird ein Direktkunde durch eine Agentur vertreten, so ist spätestens bei der Buchung in Textform ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Buchung im Namen und für Rechnung des Di-

rektkunden erfolgen soll. Unterbleibt ein derartiger rechtzeitiger Hinweis, gilt der Vertrag als mit Wirkung für und gegen die Agentur abgeschlossen, § 164 Abs. 2 BGB. Der Verlag ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

3. Wechselt ein Agenturkunde während des Abwicklungszeitraums eines Abschlusses die Agentur, so geht der Verlag davon aus, dass die ehemalige Agentur der neuen Agentur das Vertragsverhältnis mit allen Rechten und Pflichten aus dem Abschluss überträgt. Das Einverständnis des Verlages liegt in diesem Fall in der widerspruchslosen weiteren Abwicklung des Abschlusses mit der neuen Agentur.

4. Der Auftraggeber hat keinen Anspruch darauf, dass der Verlag Aufträge Dritter mit vergleichbarem Inhalt und/oder vergleichbaren Produkten ablehnt.

5. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt dem Verlag zu erstatten.

6. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

7. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist fällig, sofern nicht in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder im einzelnen Fall in Textform eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Rabatte für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z. B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zu verlangen. Kosten und Spesen im Zahlungsverkehr gehen zulasten des Auftraggebers. Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

8. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Leistungen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenauftrags weitere Leistungen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung künftig fälliger Beträge und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Dies gilt auch, wenn sich der Auftraggeber gegenüber anderen Unternehmen des Gruner+Jahr- oder Bertelsmann-Konzerns in Zahlungsverzug befindet. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung gegen Ansprüche des Verlages nur mit unstrittigen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen berechtigt.

9. Die Vorabankündigung des Einzuges einer Zahlung aufgrund einer Lastschrift erfolgt in der Regel auf der Rechnung, ansonsten mit einer Frist von mindestens 2 Werktagen. Mit Zustandekommen des Auftrages tritt die auftraggebende Agentur ihren diesbezüglichen Zahlungsanspruch gegen den Agenturkunden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Agenturkunden offenzulegen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung des Verlages mindestens dreißig Tage in Verzug befindet.

10. Der Verlag ist berechtigt, die AGB und die Preislisten jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. AGB- und Preisänderungen für erteilte Aufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Ausführung der Leistung angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Bei Sonderrabatten (z. B. Gegengeschäfte etc.) werden zusätzlich anfallende Kosten (z. B. Postgebühren) gesondert ausgewiesen und nicht rabattiert und provisioniert.

11. Soll fertige Ware auf Verlangen des Auftraggebers versendet werden, geht die Gefahr auf den Auftraggeber über, sobald die Sendung an die den Transport durchführende Person übergeben worden ist.

12. Die gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung aller zum Rechnungsdatum bestehenden Forderungen des Verlages gegen den Auftraggeber sein Eigentum. Zur Weiterveräußerung ist der Auftraggeber nur im ordnungsgemäßen Geschäftsgang berechtigt. Der Auftraggeber tritt seine Forderungen aus der Weiterveräußerung hiermit an den Verlag ab. Der Verlag nimmt die Abtretung hiermit an. Spätestens im Falle des Verzugs ist der Auftraggeber verpflichtet, den Schuldner der abgetretenen Forderung zu nennen. Übersteigt der Wert der für den Verlag bestehenden Sicherheiten dessen Forderung insgesamt um mehr als 20 %, so ist der Verlag auf Verlangen des Auftraggebers oder eines durch die Übersicherung des Verlages berechtigten Dritten insoweit zur Freigabe von Sicherungen nach Wahl des Verlages verpflichtet. Bei Be- oder Verarbeitung vom Verlag gelieferter und in dessen Eigentum stehender Waren ist der Verlag als Hersteller gemäß § 950 BGB anzusehen und behält in jedem Zeitpunkt der Verarbeitung Eigentum an den Erzeugnissen. Sind Dritte an der Be- oder Verarbeitung beteiligt, ist der Verlag auf einen Miteigentumsanteil in Höhe des Rechnungswertes der Vorbehaltsware beschränkt. Das so erworbene Eigentum gilt als Vorbehaltsvermögen.

13. Im Verhältnis zwischen Verlag und Auftraggeber gilt die jeweils aktuelle Preisliste. Außer auf Anzeigenaufträge und WoM-Kampagnen werden keine AE-Provision oder sonstige Rabatte oder Abzüge gewährt.

14. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der von ihm beigestellten Inhalte (Werbemittel, Texte, Fotos, Slogans, Warenproben usw.) allein verantwortlich und garantiert, dass etwaige für die Durchführung des Vertrages erforderlichen Nutzungsrechte und Zustimmung Dritter (insbesondere, aber nicht ausschließlich, die Zustimmung von Testimonials und anderen abgebildeten Personen) vorliegen, dass die bereitgestellten Inhalte und Warenproben die anwendbaren Gesetze sowie Rechte Dritter nicht verletzen und dass Beilagen, Beigaben, Warenproben usw. für den vereinbarten Versand geeignet, insbesondere sachgemäß verpackt, sind. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die vom Auftraggeber vor- oder freigegebenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Auftraggebers auf ihre Richtigkeit zu überprüfen. Die Überprüfung der rechtlichen Zulässigkeit für vorgegebene oder angelieferte Inhalte

oder Gegenstände des Auftraggebers (insbes. Wettbewerbs-, Kennzeichen-, Lebensmittel- u. Arzneimittelrecht) wird vom Verlag nur geschuldet, wenn dies ausdrücklich Gegenstand des Auftrags ist. Beauftragt der Auftraggeber den Verlag mit diesen Leistungen, trägt er die hierdurch entstehenden Gebühren und Kosten des Verlages und Dritter (Rechtsanwalt, Behörden u. a.) zu marktüblichen Konditionen, sofern nichts Abweichendes vereinbart wird.

15. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die diese wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder der Rechte Dritter oder wegen der Versendung der vom Auftraggeber zugelierten Gegenstände gegen den Verlag geltend machen. Insbesondere trägt der Auftraggeber Gewähr dafür, dass zugehörte Werbemittel keine Substanzen nach der REACH-Verordnung Nr. 1907/2006/EC in einer höheren Konzentration als 0,1% enthalten, andernfalls den Verlag rechtzeitig zu informieren sowie entsprechenden Auskunftsansprüchen Dritter unverzüglich nachzukommen. 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.

16. Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Auftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Der Verlag ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Auftrag Dritter zu bedienen.

17. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien den Inhalt des Auftrags, insbesondere die Preise und Konditionen, vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Der Verlag ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Auftrags eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen.

18. Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Das gilt auch für eine Aufhebung des Schriftformerfordernisses.

19. Sollte eine Regelung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt lassen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine solche wirksame Regelung treten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. 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 des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

21. Es gilt deutsches materielles Recht unter Ausschluss der Verweisungsregeln.

BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR DIE BUCHUNG UND ABWICKLUNG VON ANZEIGENAUFTRÄGEN

22. Buchung und Bestätigung von Anzeigen können über das OBS Online-Buchungssystem erfolgen (Infos zu OBS finden Sie unter www.obs-portal.de).

23. Jeder Anzeigenauftrag bezieht sich auf einen vom Auftraggeber konkret mit Name oder Firma bezeichneten Werbungtreibenden; der Austausch des Werbungtreibenden durch den Auftraggeber nach Anzeigenbuchung bedarf der Zustimmung des Verlages in Textform.

24. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln.

25. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

26. Der Verlag behält sich vor, in Zeitschriften kurzfristig Titelumheller einzusetzen, die Anzeigemotive auf den Umschlagseiten abdecken.

27. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag entsprechend den gesetzlichen Vorgaben, in der Regel mit dem Wort „Anzeige“, kenntlich gemacht.

28. Anzeigenaufträge sind für den Verlag bis zur Vorlage des Musters durch den Auftraggeber und seiner Billigung durch den Verlag kündbar. Der Verlag behält sich zudem vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, 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 Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
- diese Werbung anderer Personen als des Werbungtreibenden („Dritter“) oder für Dritte enthalten.

29. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen in elektronischen Publikationen vorübergehend zu unterbrechen, wenn ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Publikation vorliegt, auf die die Anzeige verlinkt. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet. Der Auftraggeber wird über die Sperrung unterrichtet und hat die verlinkten Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Der Verlag kann dem Auftraggeber anbieten, die Anzeige durch eine andere Anzeige oder einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem Auftraggeber nach Nachweis durch den Verlag in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt dem Verlag. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

30. Der Verlag ist berechtigt, eine Anzeige aus der elektronischen Ausgabe zurückzuziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich ungesprochene Änderungen der Inhalte vornimmt oder die URL der Verlinkung ändert oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist. Der Vergütungsanspruch des Verlages bleibt unberührt.

31. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten („Verbundwerbung“), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen Annahmeerklärung des Verlages in Textform. Verbundwerbung berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

32. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechender Druckunterlagen oder Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Sofern Druckunterlagen in Bezug auf Anschnitt und Satzspiegel von den gebuchten und bestätigten Formaten abweichen, wird das angelieferte Format verwendet. Die Lieferung hat über das DUON-Portal (www.duon-portal.de) zu erfolgen, soweit nicht anders vereinbart. Bei der Anlieferung ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Druckunterlagen oder andere Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende

Änderungen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbarung ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preislise sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit im Rahmen der durch die angelieferten Vorlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die verbindlichen technischen Vorgaben des Verlages einhält.

33. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen und Werbemitteln endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

34. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Eine Abweichung von der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit liegt insbesondere nicht vor

- bei Farb- und Tonwertschwankungen in Express/Last Minute Anzeigen;
- bei Abweichungen in der Farbwiedergabe aufgrund von Unterschieden in der Papierqualität und Bogenteile der Seiten 2 und 3;
- bei geringen Passerdifferenzen.

Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zum Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht mangelfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Anzeigenauftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Anzeigenauftrages ausgeschlossen. Reklamationen müssen binnen vier Wochen ab Erstverkaufstag geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel; diese müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

35. Geringe Farb- und Tonwertabweichungen sind durch das Druckverfahren bedingt. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

36. Der Verlag liefert 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 rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

37. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 38 – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantiauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantiauflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 v. H.
 - bei einer Garantiauflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 v. H.
 - bei einer Garantiauflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 v. H.
 - bei einer Garantiauflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 v. H. beträgt.
- Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 44 bleibt unberücksichtigt. Als Garantiauflage gilt die in der Preislise oder auf andere Weise ausdrücklich als solche

bezeichnete Garantiefestsetzung. Zudem sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Garantiefestsetzung so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

38. (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichten) Abweichend von Ziffer 37 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichten, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantiefestsetzung) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H. (Schwankungsbreite) und bei einer Auflage (Garantiefestsetzung) von über 500.000 Exemplaren 5 v. H. (Schwankungsbreite) überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 44 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der IVW-Erstmeldung. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss für mindestens drei Ausgaben.

Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Werbungtreibendem, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Ein Anspruch auf Rückvergütung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Insertionsjahres geltend zu machen. Die Rückvergütung erfolgt auf Basis des Kunden-Nettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Die Höhe der Rückvergütung ergibt sich aus dem Umfang der saldierten Auflagenunterschreitung außerhalb der Schwankungsbreite. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur,

- wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt
- sofern es sich um Anzeigenbuchungen handelt, die nicht im Rahmen eines Gegengeschäftsvertrags oder sonstiger Kooperationen mit Gruner + Jahr abgenommen werden („normale Abschlussbuchungen“)
- sofern es sich um Anzeigenbuchungen handelt, die ein Direktkunde bzw. die Agentur für namentlich benannte Agenturkunden getätigt hat („keine Anzeigen im Rahmen von Anzeigenpaketen“).

39. Der Verlag kann in Einzelvereinbarungen mit Agenturen und Direktkunden von den AGB und den Preislisten abweichen, insbesondere Vereinbarungen über den Kauf von Anzeigenpaketen schließen. Der Verlag behält sich vor, im Rahmen einer solchen Vereinbarung Agenturen den Wiederverkauf von Anzeigenplätzen im eigenen Namen und auf eigene Rechnung zu gestatten. Ein Anspruch auf Abschluss einer solchen Vereinbarung besteht nicht. Der Verlag behält sich darüber hinaus vor, einer Agentur auch solche Rabatte oder Nachlässe einzuräumen, die unabhängig von dem einzelnen Auftragsauftrag bzw. Werbungtreibenden sind.

40. Soweit nicht ausdrücklich anders ausgewiesen, beziehen sich gewährte und vereinbarte Rabatte auf die Schaltungen für einen Werbungtreibenden je Insertionsjahr. Rabatte werden, mit Ausnahme der nachfolgenden Regelungen, nicht gewährt für Werbungtreibende, die für andere Werbungtreibende Aufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung („Konzernrabatt“) beansprucht, ist der schriftliche Nachweis der Konzernzugehörigkeit erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung

von mindestens 50 Prozent besteht, in abzustimmender Form nachzuweisen. Der Nachweis über die Konzernzugehörigkeit ist in abzustimmender Form zu erbringen und muss spätestens bis zum Ende des Abschlussjahres vorliegen. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen Bestätigung in Textform durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt; der Verlag behält sich vor, zu Unrecht gewährte Rabatte auch nachträglich zurückzufordern. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

41. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Anzeige in Print- und Digital-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlicher Zugänglichmachung, Speicherung in und Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

42. Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Der Verlag behält sich weiterhin vor, die Publikation vor dem Erstverkaufstag auszuliefern. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag.

43. Der Auftraggeber gestattet dem Verlag, die Anzeigen als Bestandteil der digitalen Ausgabe der Publikation öffentlich zugänglich zu machen. Ein Anspruch auf Veröffentlichung in der digitalen Ausgabe besteht nur, wenn der Auftraggeber die Veröffentlichung in der digitalen Ausgabe ausdrücklich gebucht hat. Der Auftraggeber gestattet dem Verlag, die Anzeigen in seinen Digitalauftritten zur Vermarktung (z. B. www.gujmedia.de,) sowie offline (z. B. auf CD-ROM, DVD, Papier-Präsentationen) zu vervielfältigen und zu verbreiten. Von ihm konzipierte Anzeigen darf der Verlag zeitlich unbeschränkt zur Eigenwerbung in allen Medien sowie in Präsentationen nutzen.

44. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Publikation mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR HERSTELLUNGSANFÄHRE

45. Kündigt der Auftraggeber einen Herstellungsauftrag, ohne dass ein wichtiger Grund vorliegt, hat er dem Verlag eine angemessene Vergütung für die bis dahin erbrachten Leistungen und Aufwendungen zu zahlen.

46. Der Auftraggeber hat die Vertragsmäßigkeit der Arbeitsergebnisse sowie der zu Korrektur übersandten Vor- und Zwischenerzeugnisse unverzüglich zu prüfen. Die Gefahr etwaiger Fehler geht mit der Druckreifeerklärung bzw. Fertigungsreifeerklärung auf den Auftraggeber über, soweit es sich nicht um Fehler handelt, die erst in dem sich an die Druckreifeerklärung/Fertigungsreifeerklärung anschließenden Fertigungsverfahren entstanden sind oder erkannt werden konnten. Das gleiche gilt für alle sonstigen Freigabeerklärungen des Auftraggebers.

47. Kontrollproofs, Änderung angelieferter/übertragener Daten und ähnliche Vorarbeiten und Än-

derungen, die vom Auftraggeber veranlasst sind, einschließlich eines etwaigen dadurch verursachten Maschinenstillstands, werden dem Auftraggeber berechnet. Dies gilt auch, soweit der Verlag sich für die Erbringung der Leistung ganz oder teilweise Dritter bedient und der Dritte dem Verlag die entsprechenden Kosten in Rechnung stellt.

48. Für Druckleistungen gelten im kaufmännischen Verkehr die Handelsbräuche der Druckindustrie (z. B. keine Herausgabepflicht von Zwischenerzeugnissen wie Daten, Lithos oder Druckplatten die zur Herstellung des geschuldeten Endprodukts erstellt werden) sofern kein abweichender Auftrag erteilt wurde. Offensichtliche Mängel sind innerhalb einer Frist von einer Woche ab Empfang der Arbeitsergebnisse schriftlich anzuzeigen, versteckte Mängel innerhalb einer Frist von einer Woche ab Entdeckung, anderenfalls ist die Geltendmachung des Gewährleistungsanspruchs ausgeschlossen. Bei berechtigten Beanstandungen ist der Verlag zunächst nach seiner Wahl zur Nachbesserung und/oder Ersatzlieferung verpflichtet und berechtigt. Kommt der Verlag dieser Verpflichtung nicht innerhalb einer angemessenen Frist nach oder schlägt die Nachbesserung trotz wiederholten Versuchs fehl, kann der Auftraggeber Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrags (Rücktritt) verlangen. Mängel eines Teils der gelieferten Ware berechnen sich nicht zur Beanstandung der gesamten Lieferung, es sei denn, dass die Teillieferung für den Auftraggeber ohne Interesse ist. Für Toleranzen bei Abweichungen in der Farbgebung gelten die Bestimmungen zum Medienstandard Druck des Bundesverbandes Druck und Medien in der jeweils aktuellen Fassung. Darüber hinaus ist die Haftung für Mängel, die den Wert oder die Gebrauchstauglichkeit nicht oder unwesentlich beeinträchtigen, ausgeschlossen. Für Abweichungen in der Beschaffenheit des eingesetzten Materials haftet der Verlag nur bis zur Höhe des Auftragswertes.

49. Zulieferungen (auch Datenträger, übertragene Daten) durch den Auftraggeber oder durch einen von ihm eingeschalteten Dritten unterliegen keiner Prüfungspflicht seitens des Verlages. Dies gilt nicht für offensichtlich nicht verarbeitungsfähige oder nicht lesbare Daten. Bei Datenübertragungen hat der Auftraggeber vor Übersendung jeweils den neuesten technischen Stand entsprechende Schutzprogramme für Computerviren einzusetzen. Die Datensicherung obliegt allein dem Auftraggeber. Der Verlag ist berechtigt eine Kopie anzufertigen.

50. Nutzungsrechte für vom Auftraggeber abgelehnte oder nicht ausgeführte Entwürfe bleiben beim Verlag. Dies gilt auch für Leistungen des Verlages, die nicht Gegenstand besonderer gesetzlicher Rechte, insbesondere des Urheberrechts, sind.

51. Der Auftraggeber erwirbt, sofern nicht abweichend in der Leistungsbeschreibung geregelt, an dem vom Verlag gestalteten Anzeigen mit vollständiger Bezahlung das einfache Nutzungsrecht für die Veröffentlichung in den bei Auftragserteilung vereinbarten Medien des Verlages für die Laufzeit des Abschlusses. Eine Bearbeitung oder inhaltliche Änderung der vom Verlag gestalteten Anzeigen ist nur mit vorheriger Zustimmung des Verlages zulässig. Die Weiterübertragung oder Lizenzierung der Nutzungsrechte durch den Auftraggeber an Dritte sowie die Nutzung der vom Verlag gestalteten Anzeigen oder Teilen hieraus in weiteren Veröffentlichungen bedarf zu ihrer Wirksamkeit der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch den Verlag. Ist eine solche erweiterte Nutzung gewünscht, wird der Verlag hierzu unverzüglich ein Angebot über die zu zahlende Vergütung erstellen.

BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR VERANSTALTUNGEN

52. Der Auftraggeber stellt den Verlag und die mit dem Verlag verbundenen Unternehmen von sämtlichen Ansprüchen frei, die ein Dritter gegen den Verlag oder verbundene Unternehmen wegen Leistungen, Beiträgen oder Handlungen,

die der Auftraggeber und/oder seine Erfüllungsgehilfen im Rahmen der Veranstaltung erbringen oder für die Veranstaltung zur Verfügung stellen, oder wegen der Nutzung von Produkten des Auftraggebers oder seiner Erfüllungsgehilfen geltend macht. Die Freistellung nach vorstehenden Sätzen umfasst sämtliche Schäden, Kosten und sonstige Aufwendungen sowie angemessene Rechtsverteidigungskosten.

53. Der Verlag behält sich vor, für gebuchte Veranstaltungen im Einzelfall Teilnahmebedingungen aufzustellen und die Zulassung eines Teilnehmers von einer ausdrücklichen Einverständniserklärung mit solchen Teilnahmebedingungen abhängig zu machen.

BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR WoM-KAMPAGNEN UND PRODUKTTESTS

54. Der Verlag behält sich vor, nach freiem Ermessen eine WoM-Kampagne bzw. einen Produkttest abzulehnen bzw. zu sperren, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

55. Eine kostenfreie Stornierung der WoM-Kampagne/des Produkttests durch den Auftraggeber ist nicht möglich. Bei einer Stornierung werden 30 Prozent des Auftragswerts berechnet. Zusätzlich werden Kosten, die bis zum Zeitpunkt der Stornierung entstanden sind (z. B. Kreationaufwand, Programmierungsarbeit), dem Auftraggeber vollständig in Rechnung gestellt. Bei Stornierung von WoM-Kampagnen/Produkttests, die bereits angelaufen sind, ist der volle Rechnungsbetrag zu bezahlen. Stornierungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Textform. Änderungen bzw. Stornierungen der mit der WoM-Kampagne vereinbarten Anzeigenschaltungen und anderen Werbemittel sind ohne Stornierung der WoM-Kampagne ohne Einverständnis des Verlages nicht möglich.

56. Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format bzw. den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Daten rechtzeitig gemäß Projektplan vor Kampagnenbeginn anzuliefern. Bei verspäteter Anlieferung der Daten und daraus resultierendem verspätetem Start ist der Auftraggeber verpflichtet, den vollen Auftragswert zu zahlen. Dies gilt auch im Falle einer Unterlieferung. Daten werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht des Verlages zur Aufbewahrung von Daten endet drei Monate nach der letztmaligen Schaltung.

57. Änderungen an dem zur Auftragserteilung vereinbarten Leistungsumfang sind nur mit Einverständnis des Verlages und gegen Zahlung eines Aufpreises durch den Auftraggeber möglich.

58. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Durchführung der WoM-Kampagne/des Produkttests erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, zur öffentlichen Zugänglichmachung, Sendung, Speicherung in und 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. Der Auftraggeber gestattet dem Verlag, die WoM-Kampagne/den Produkttest auf der entsprechenden Kampagnenplattform öffentlich zugänglich zu machen sowie online und offline (z. B. als CD-ROM, DVD, Print oder sonstigen Werbemittel) zu Zwecken der Eigenwerbung zu vervielfältigen und zu verbreiten.

59. Der Auftraggeber garantiert, dass die von ihm bereitgestellten Inhalte und Produkte den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen ent-

sprechen und keine Rechte Dritte verletzen. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die diese wegen der Verletzung ihrer Rechte oder gesetzlicher Bestimmungen gegen den Verlag geltend machen. Ferner stellt der Auftraggeber den Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber ist verpflichtet den Verlag bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen zu unterstützen. Der Verlag ist gegenüber dem Auftraggeber nicht verpflichtet, WoM-Kampagnen und/oder Produkte daraufhin zu überprüfen, ob durch sie Rechte Dritter oder gesetzliche Bestimmungen verletzt werden; gesetzliche Prüfungspflichten sowie abweichende Vereinbarungen mit dem Auftraggeber bleiben unberührt.

60. Sofern nicht anders vereinbart, hat der Verlag unbeschadet sonstiger Ansprüche das Recht, die mit Inhalten des Auftraggebers gestaltete WoM-Kampagne/Produkttest sofort durch eine etwaige Ersatzkampagne zu ersetzen, die WoM-Kampagne ersatzlos zu sperren und/oder den Vertrag fristlos mit sofortiger Wirkung zu kündigen, wenn ihm die Durchführung oder die Verlinkung zu damit verbundenen Seiten gerichtlich oder behördlich untersagt wird oder er wegen der Durchführung von Dritten in Anspruch genommen wird. Verlangt der Auftraggeber, den Auftrag aufgrund einer Rechtsverletzung Dritter oder aus sonstigen Gründen nicht durchzuführen, so bleibt er zur Zahlung der vollen Vergütung verpflichtet. Ihm bleibt der Nachweis vorbehalten, dass dem Verlag ein geringerer Schaden entstanden ist. Vom Verlag für den Auftraggeber gestaltete Werbemittel dürfen nur zur Durchführung der WoM-Kampagne/des Produkttests verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

61. Der Verlag ist im Verhältnis zum Auftraggeber alleiniger Inhaber aller bei Durchführung der WoM-Kampagne/des Produkttests generierten personenbezogenen Daten und sonstigen Daten, Informationen und Materialien, insbesondere Befragungsergebnisse, Testergebnisse und Bewertungen. Dem Auftraggeber wird ein Nutzungsrecht an den Ergebnissen der vom Verlag begleitend erhobenen Untersuchungen und Auswertungen eingeräumt, jedoch nicht an personen- und verhaltensbezogenen Daten. Der Umfang der Erhebungen ist abhängig vom Kampagnenformat. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen frei, die Dritte gegen den Verlag wegen der Nutzung der Erhebungsergebnisse durch den Auftraggeber geltend machen.

62. Der Verlag stellt dem Nutzer etwaige Testprodukte im eigenen Namen und für Rechnung des Auftraggebers zu den in den Nutzungsbedingungen der WoM-Plattform und/oder der jeweils angegebenen Bedingungen zur Verfügung. Soweit mit dem Auftraggeber vereinbart und soweit das Testprodukt nicht bestimmungsgemäß vom Nutzer verbraucht wird, wird der Verlag durch geeignete Ausgestaltung der Nutzungsbedingungen dafür sorgen, dass der Nutzer nach dem Ende der Kampagne das Testprodukt vom Auftraggeber käuflich erwerben kann oder das Testprodukt an den Auftraggeber zurückgibt.

63. Der Verlag haftet gegenüber dem Auftraggeber nicht für das Verhalten von Nutzern, insbesondere nicht für die Beschädigung, Unterschlagung oder sonst abredewidrige Nutzung von Testprodukten. Der Verlag ist gegenüber dem Auftraggeber nicht verpflichtet, Ansprüche gegen Nutzer auf Rückgabe oder Schadensersatz geltend zu machen. Sofern dem Verlag Ansprüche gegen Nutzer von Testprodukten zustehen, kann er diese an den Auftraggeber abtreten. Darüber hinaus wird der Verlag den Auftraggeber nach Treu und Glauben bei der Verfolgung von Ansprüchen gegen Nutzer unterstützen.

64. Der Verlag definiert die Bedingungen, Verwendungszwecke und Vergütung für ein Empfehlungssiegel, mit dem Bewertungen der Nutzer dokumentiert werden. Jede Verwendung des Empfehlungssiegels bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Ein rechtlicher Anspruch auf Nutzung des Empfeh-

lungssiegels seitens des Auftraggebers besteht nicht. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen einschließlich erforderlicher Rechtsverteidigungskosten frei, die Dritte gegen den Verlag wegen der Verwendung des Siegels geltend machen.

65. Fällt die Durchführung des Auftrags aus softwarebedingten oder anderen technischen Gründen aus, die der Verlag nicht zu vertreten hat, insbesondere wegen Rechnerausfalles, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen im Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Verlages bestehen.

66. Die Vergütung für die Durchführung der WoM-Kampagne ist AE-fähig. Die Vergütung für Produkttests sowie für kampagnenbegleitende Dienstleistungen wie Versand, Druck, Kreativeleistungen und Marktforschungsaufträge sind nicht AE-fähig.

67. Die Rechnung ist zum Start der WoM-Kampagne/des Produkttests oder, falls diese früher erfolgt, die Veröffentlichung der ersten Mediaschaltung zum Start der WoM-Kampagne/des Produkttests fällig, sofern nicht im Einzelfall in Textform eine andere Zahlungsfrist vereinbart ist.

BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR ZEITPUNKTMARKETING-PRODUKTE

68. Die Bezeichnung und Gestaltung des Zeitpunktmarketing-Produkts, mit dem die Werbemittel und Produkte des Auftraggebers zur Verteilung kommen, erfolgt durch den Verlag nach freiem Ermessen. Der Verlag ist jederzeit berechtigt, die Bezeichnung und/oder Gestaltung des Werbeträgers zu ändern.

69. Die für den Werbeträger angegebene Auflage bezieht sich auf die zur Verteilung vorgesehenen Werbeträger. Sie wird vom Verlag nach bestem Wissen und Gewissen geplant auf Grundlage aktueller Voraussagen, z. B. bei der Geburtenrate oder bei den Verteilstellen. Die Auflage der Werbeträger ist unverbindlich und wird weder zugesichert noch garantiert.

70. Sofern die im Vertragszeitraum vorgesehene Menge an Werbemitteln nicht zur Verteilung gelangt, ist der Verlag berechtigt, die betreffenden Werbemittel des Auftraggebers unter Anrechnung auf die Auflage über andere Werbeträger oder alternative Vertriebskanäle, soweit im Wesentlichen die gleiche Zielgruppe erreicht wird, und/oder über den Vertragszeitraum hinaus zu verteilen, soweit eine derartige, alternative Verteilung dem Auftraggeber unter Berücksichtigung seiner Interessen zumutbar ist.

71. Der Auftraggeber garantiert, dass die von ihm bereitgestellten Inhalte und Produkte den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen entsprechen und keine Rechte Dritte verletzen. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die diese wegen der Verletzung ihrer Rechte oder gesetzlicher Bestimmungen gegen den Verlag geltend machen. Ferner stellt der Auftraggeber den Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber ist verpflichtet den Verlag bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen zu unterstützen. Der Verlag ist gegenüber dem Auftraggeber nicht verpflichtet, die Produkte und Inhalte des Auftraggebers daraufhin zu überprüfen, ob durch sie Rechte Dritter oder gesetzliche Bestimmungen verletzt werden; gesetzliche Prüfungspflichten sowie abweichende Vereinbarungen mit dem Auftraggeber bleiben unberührt.

72. Der Auftraggeber hat die Werbemittel und Produkte auf eigene Kosten an den vom Verlag angegebenen Ort zu anzuliefern.