

ÖKO-TEST Verlag

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Print-Anzeigen

1. Anzeigenauftrag

Anzeigenauftrag ist der Vertrag zwischen der ÖKO-TEST Verlag GmbH („**Verlag**“) und einem Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten („**Auftraggeber**“) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen/-beihefter oder sonstiger Werbemittel („**Anzeige**“) in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Für jeden Anzeigenauftrag gelten die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen („**AGB Print-Anzeigen**“) sowie die im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses geltende Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die AGB Print-Anzeigen gelten für alle einmaligen und fortlaufenden Leistungen, soweit keine zusätzlichen, spezielleren Bestimmungen eingreifen. Diese AGB Print-Anzeigen gelten sinngemäß für Beilagen und Rubrikenaufträge sowie technische Sonderausfertigungen. Für das Werbegeschäft in Online-Medien des Verlages gelten die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen Online“, abrufbar unter www.media.oekotest.de. Etwaige entgegenstehende und/oder abweichende AGB von Auftraggebern gelten nicht.

2. Vertragsschluss

- 2.1. Mit Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die AGB Print-Anzeigen und die Preisliste des Verlages an. Der Vertrag kommt durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Anzeigenauftrags durch den Verlag zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die AGB Print-Anzeigen zugrunde.
- 2.2. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Verlag ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

3. Abschluss

Abschluss ist ein Vertrag über die Schaltung mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen/-beihefter oder sonstiger Werbemittel unter Beachtung der von dem Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die einzelnen rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche oder elektronische Bestätigung des Abrufs zustande kommen. Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstiges Werbemittel zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Abwicklungsfrist

Ist kein Erscheinungsdatum vereinbart, sind Anzeigen innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln.

5. Nachlasserstattung

- 5.1 Wird ein Auftrag 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.
- 5.2 Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend einen Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen 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 schriftlich gegenüber dem Verlag geltend gemacht wird.

6. Platzierung von Anzeigen

Die Veröffentlichung einer Anzeige in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift muss ausdrücklich vereinbart werden. Solche Aufträge für Anzeigen müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Redaktionell gestaltete Anzeigen, Textteilanzeigen

Textteilanzeigen sind Anzeigen, die maximal mit einer Anzeigenseite an den Text angrenzen.

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

8. Lieferung der Anzeigen

- 8.1 Für die rechtzeitige Lieferung geeigneter, einwandfreier Druckunterlagen auch in digitaler Form oder der Beilagen/Beihefter ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlags entsprechende Anzeigen rechtzeitig vor Veröffentlichung zu liefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel üb-

liche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

- 8.2 Das gebuchte Anzeigenformat muss aus einem einheitlichen Motiv bestehen und darf sich nicht aus mehreren Anzeigen zusammensetzen. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwidergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen, die nicht zu Reklamationen berechnen. Der Verlag behält sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vor.
- 8.3 Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Anzeige hat der Auftraggeber zu tragen. Der Auftraggeber trägt insbesondere auch die Kosten für die Anfertigung bestellter Repros und Papiervorlagen.
- 8.4 Enthält der Auftrag keine und/oder unvollständige Angaben über Höhe, Breite und Farbigkeit einer Anzeige, so wird die Anzeige mit der für solche eine Art der Anzeige übliche, nächst realisierbare Anzeigengröße und -farbe abgedruckt und berechnet.
- 8.5 Der Verlag haftet nicht für eine fehlerhafte Übermittlung der Druckvorlage und/oder für Fehler der Druckvorlage.
- 8.6 Druckvorlagen werden nur auf ausdrückliche Anforderungen an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht des Verlags zur Aufbewahrung der Anzeige endet drei Monate nach ihrer letztmaligen Veröffentlichung.

9. Ablehnungsbefugnis

Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagen-/Beihefter-Aufträge nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, wenn 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. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden.

10. Beilagen

Beilagen-/Beihefter-/Beikleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und deren Billigung bindend. Beilagen und Beihefter, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Aufträge, die sich auf die Gesamtauflage beziehen, haben Vorrang vor solchen, die nur eine Teilbelegung vorsehen. Bei Überbuchung behält sich der Verlag vor, Aufträge für eine Teilaufgabe nach Rücksprache mit dem Kunden auf die nächstmögliche Ausgabe zu verschieben.

11. Gewährleistung

- 11.1 Bei offensichtlichen Mängeln müssen Beanstandungen innerhalb von zwei (2) Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel müssen Kaufleute spätestens ein (1) Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige schriftlich gegenüber dem Verlag reklamieren.
- 11.2 Sofern die Druckunterlage einwandfrei und rechtzeitig zur Verfügung gestellt und die Mangelhaftigkeit entsprechend Ziffer 11.1 reklamiert wurde, hat der Auftraggeber bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige einen Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige. Der Verlag hat die Aufwendungen einer Ersatzvornahme zu tragen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist.
- Lässt der Verlag eine ihm vom Auftraggeber gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.
- 11.3 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte, durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v. H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.
- 11.4 Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren zwölf Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige.

12. Haftung

- 12.1 Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Verlags, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.
- 12.2 Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Die gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

- 12.3 Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von zwei Wochen nach Erscheinen der Anzeige geltend gemacht werden.
- 12.4 Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung gegen den Verlag verjähren in einem (1) Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn. Dies gilt nicht für Ansprüche, die auf einem vorsätzlichen Verhalten des Verlages beruhen.
- 12.5 Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag ausgeschlossen.

13. Leistungsstörungen

Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient –, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 Prozent 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 verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

14. Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und nur für Textteilanzeigen geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

15. Preisliste, Rechnungen und Anzeigenbelege

- 15.1 Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet unter www.media.oekotest.de veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Verlag bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen (1) Monat vor Veröffentlichung der Anzeige 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.
- 15.2 Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste.
- 15.3 Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten.
- 15.4 Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung oder Geschäftsverbindungen mit dem Ausland behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen. Ein ausländischer Auftraggeber muss dem Verlag seine Umsatzsteuer-

Identifikationsnummer oder seinen Unternehmensnachweis oder eine Befreiung von der deutschen Umsatzsteuer zusammen mit dem Auftrag vorlegen. Der Verlag ist zur Nachberechtigung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Anzeige für steuerpflichtig hält.

- 15.5 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Voraussetzung vereinbart ist. Der Verlag behält sich vor, Rechnung und Zahlungserinnerungen elektronisch, z.B. per E-Mail, zu übermitteln.
- 15.6 Der Verlag liefert auf Wunsch mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg in Kopie. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Zahlungsverzug

- 16.1 Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offenstehende Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen entsprechend der Höhe der jeweiligen gesetzlichen Verzugszinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Mahn- und Inkassokosten, die durch den Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber.
- 16.2 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Vertrages, das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

17. Abbestellung von Aufträgen

Anzeigenaufträge können nur bis zum Anzeigeschluss abbestellt werden. Abbestellungen müssen gegenüber dem Verlag schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

18. Garantie der Rechtsinhaberschaft und Freistellung des Verlags

Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Der Verlag ist nicht verpflichtet zu prüfen, ob ein Anzeigenauftrag Rechte Dritte beeinträchtigt. Der Auftraggeber stellt den Vertrag von sämtlichen Ansprüchen Dritter wegen Urheberrechts-, Persönlichkeits-, Wettbewerbs-, Datenschutz-, Marken- oder anderer Schutzrechtsverletzungen vollständig frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag bei der Rechtsverteidigung im zumutbaren Rahmen bei der Informationsbeschaffung und Beschaffung von Unterlagen zu unterstützen. Wird der Verlag zum Abdruck einer Gegendarstellung, Widerruf oder ähnlichem verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der zu diesem Zeitpunkt geltenden Anzeigenpreisliste zu tragen.

19. Nutzungsrechte

Der Auftraggeber garantiert, dass er über sämtliche zur Veröffentlichung der Anzeige erforderlichen Rechte verfügt. Sofern in einer Anzeige Marken oder urheberrechtlich oder anderweitig geschütztes Material benutzt wird, räumt der Auftraggeber dem Verlag sämtliche für deren Nutzung erforderlichen Rechte mit Bestellung der Anzeige ein. Für die Nutzung der Anzeige in allen Print und Onlinemedien erhält der Verlag vom Auftraggeber die erforderlichen marken- und urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, einschließlich der Berechtigung zur Veröffentlichung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Onlinemedien. Zeitlich und inhaltlich sind diese Rechte auf den Umfang beschränkt, der für die Durchführung des Auftrages notwendig ist, in örtlicher Hinsicht jedoch unbegrenzt.

20. Datenschutz

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kunden- und Lieferdaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung. Es gilt die Datenschutzerklärung des Verlages.

21. Änderung der AGB, Erfüllungsort, Gerichtsstand

21.1 Der Verlag behält sich vor, diese AGB Print-Anzeigen jederzeit ohne Nennung von Gründen mit Wirkung für die Zukunft zu ändern, sofern dies für den Auftraggeber nicht unzumutbar ist. Der Verlag wird den Auftraggeber über Änderungen der AGB Print-Anzeigen rechtzeitig benachrichtigen. Widerspricht der Auftraggeber der Geltung der neuen AGB Print-Anzeigen nicht innerhalb von sechs (6) Wochen nach der Benachrichtigung, gelten die geänderten AGB Print-Anzeigen als vom Auftraggeber angenommen. Der Verlag wird den Auftraggeber in der Benachrichtigung auf sein Widerspruchsrecht und die Bedeutung der Widerspruchsfrist hinweisen. Des Weiteren behält sich der Verlag vor, den Vertrag zu kündigen, sofern der Auftraggeber den Änderungen der AGB Print-Anzeigen widerspricht.

Der Verlag behält sich darüber hinaus vor, die AGB Print-Anzeigen zu ändern, (i) aufgrund Änderungen von Gesetzen oder Rechtsprechung sowie des Stands der Technik, (ii) wenn die Änderung lediglich vorteilhaft für den Auftraggeber ist oder (iii) soweit der Verlag zusätzliche Dienste einführt, die einer Beschreibung in den AGB Print-Anzeigen bedürfen, es sei denn, das bisherige Vertragsverhältnis wird dadurch nachteilig und/oder unzumutbar verändert. Der Verlag wird über solche Änderungen der AGB Print-Anzeigen informieren.

21.2 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

21.3 Es gilt deutsches Recht.

21.4 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist Gerichtsstand Frankfurt am Main. Dies gilt auch, wenn der Auftraggeber keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland

hat. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz.

Stand: August 2014