

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

§ 1 Geltung der AGB: Die nachfolgenden Bestimmungen gelten für Verträge mit der Marie Claire Verlag GmbH, Gautinger Straße 13, 82061 Neuried (nachfolgend „Verlag“) über die Erstellung und/oder Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, einschließlich Advertorial-Anzeigen (nachfolgend zusammen „Anzeigen“), in Magazinen/Postwurfsendungen des Verlags (nachfolgend „Anzeigenauftrag“).

§ 2 Platzierung von Anzeigen, Erscheinungs- bzw. Versandtermin: Sofern der Verlag dem Auftraggeber bei der Auftragserteilung nicht ausdrücklich schriftlich eine bestimmte Anzeigenplatzierung zugesichert 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 nach Ablauf der in der bei Abschluss des Anzeigenauftrages jeweils gültigen Preisliste (nachfolgend „Preisliste“) festgelegten Frist liefert und die Einhaltung der Platzierung für den Verlag aus diesem Grunde nicht mehr oder nur mit unzumutbarem Aufwand möglich ist.

Angaben des Verlags zum Erscheinungs- bzw. Versandtermin sind unverbindlich, soweit nicht ausdrücklich anders angegeben oder vereinbart. Der Verlag behält sich vor, das Erscheinen der Erstausgabe von einem Mindestanzeigenvolumen von dreizehn bezahlten Anzeigenseiten abhängig zu machen. Das Nichterscheinen wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Bei Nichterscheinen der Erstausgabe wird dem Auftraggeber ein bereits bezahlter Anzeigenpreis zurück erstattet. Weitere Ansprüche, insbesondere auf Schadensersatz, stehen dem Auftraggeber gegen den Verlag nicht zu.

§ 3 Ablehnung und Kennzeichnung von Anzeigen: Der Verlag behält sich vor, die Durchführung von Anzeigenaufträgen wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form der Anzeigen nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn die Anzeigen nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht eindeutig als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.

§ 4 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 Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Anzeigenauftrages gegen den Verlag erwachsen, und dem Verlag den aus der Geltendmachung solcher Ansprüche entstehenden Schaden zu ersetzen, es sei denn, der Auftraggeber hat das Entstehen der Ansprüche Dritter bzw. den dem Verlag entstandenen Schaden nicht zu vertreten. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Anzeigenaufträge daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Verlag ist berechtigt, die Schaltung von Anzeigen für Arznei- und Heilmittel von einer schriftlichen Zusicherung des Auftraggebers über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung abhängig zu machen und/oder die Werbevorbereitung mit Zustimmung des Auftraggebers auf dessen Kosten durch eine sachverständige Stelle auf die rechtliche Zulässigkeit hin überprüfen zu lassen.

§ 5 Rechteinräumung, Verwendung von Advertorial-Anzeigen durch den Auftraggeber: Neben der Veröffentlichung in der Print-Ausgabe ist der Verlag berechtigt, die Anzeige in einer elektronischen Ausgabe des Magazins (z.B. als Faksimile, e-paper, Heft-Preview, e-book-Ausgabe, in einem Online-Archiv, auf CD-ROM oder DVD, in einer nicht, soweit nicht anders vDeraeinnebnsrtc. hlmutEzinzelfalKl woinrdtadketr Verlag die Anzeige auf Wunsch des Auftraggebers aus der elektronischen Ausgabe entfernen, soweit berechnigte Interessen dies erfordern (z.B. wenn sich der Auftraggeber gegenüber einem Dritten rechtswirksam zur Unterlassung der Anzeigenschaltung verpflichtet hat oder rechtskräftig zur Unterlassung verurteilt wurde). Die vom Verlag produzierten Advertorial-Anzeigen dürfen ausschließlich in Titeln des Verlages erscheinen. Die Verwendung in anderen Zeitschriften wird ausdrücklich ausgeschlossen. Nach Absprache der Schriftlicher Zustimmung durch den Verlag können die Advertorial-Anzeige oder Ausschnitte selbiger in internen Firmenbroschüren, zur Messe oder Schaufensterdekoration etc. verwendet werden. Bei einer Weiterverwendung der Advertorial-Anzeige oder von Ausschnitten selbiger in Form von POS-Material, muss der Auftraggeber zusätzliches Honorar für Fotograf und Model tragen.

§ 6 Mitwirkungspflichten des Auftraggebers, Druckunterlagen, Proofs, Änderungen, Erstellung und Änderung von Druckunterlagen und Proofs durch den Verlag, Ausschluss der Mängelhaftung: Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreie Beschalenheit der Druckunterlagen gemäß den in den Mediadaten festgelegten Vorgaben ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei Anlieferung der Daten ist zusätzlich ein farberbindlicher Proof entsprechend den vom Verlag bekanntgegebenen Standards zu übermitteln. Der Auftraggeber ist ferner für die Lieferung der Druckunterlagen innerhalb der in der Preisliste festgelegten Fristen, bei Advertorial-Anzeigen für das Briefing, gegebenenfalls einschließlich der Lieferung von Bild- und Pressmaterial, für die Abstimmung mit dem Verlag nach Erhalt des Layout- und Textvorschlages und für die finale Layoutfreigabe innerhalb der im Angebot festgelegten Fristen, verantwortlich. Nach Ablauf dieser Fristen sind Änderungen, insbesondere 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 gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige im Rahmen der branchenüblichen Toleranzen, soweit es die übermittelten Druckunterlagen zulassen. Bei Reklamationen bezüglich Farbe bildet ein vom Verlag nach den in der Preisliste bekanntgegebenen Standards erstellter Referenzproof die Basis für eine optische und messtechnische Bewertung. Die Mängelhaftung des Verlages bei unzulänglicher Druckqualität ist ausgeschlossen, soweit diese auf Mängeln der Druckvorlage beruht, die sich erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Die Mängelhaftung wegen Farbabweichungen ist ferner ausgeschlossen, soweit diese darauf beruhen, dass der Auftraggeber einen erforderlichen Proof nicht oder nicht entsprechend den bekanntgegebenen Standards übermittelt hat. Die Mängelhaftung des Verlages ist auch dann ausgeschlossen, wenn ein unzulänglicher Abdruck auf einer verspäteten Lieferung der Druckvorlagen beruht.

§ 7 Verspätete Veröffentlichung: Sofern die gesetzlichen Voraussetzungen vorliegen, kann der Auftraggeber im Falle der verspäteten Veröffentlichung einer Anzeige vom Vertrag

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

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 § 9.

§ 8 Mängelhaftung, Reklamationsfrist: Weist die veröffentlichte Anzeige dem Verlag zuzurechnende Mängel auf, so steht dem Auftraggeber ein Recht auf Herabsetzung des Anzeigenpreises 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 und Aufwendungsersatzansprüche wegen Mängeln stehen dem Auftraggeber nur zu, soweit die Haftung des Verlages nicht gemäß § 9 ausgeschlossen oder beschränkt ist. Andere als in diesem § 8 geregelte Ansprüche wegen Mängeln sind ausgeschlossen.

§ 9 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 (nachfolgend „wesentliche Nebenpflicht“), ist die Haftung des Verlages auf bei Vertragsschluss vorhersehbare, vertragstypische Schäden begrenzt. Bei leicht fahrlässiger Verletzung von Nebenpflichten, die keine wesentlichen Nebenpflichten sind, haftet der Verlag nicht. Die Haftung bei arglistigem Verschweigen von Mängeln, bei Übernahme einer Beschalenheitsgarantie 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.

§ 10 Preise: Soweit nicht anders vereinbart, ergeben sich die Preise aus der bei Vertragsabschluss gültigen Preisliste. Sie bestimmen sich nach dem vom Auftraggeber gewählten Format, das einem der in der Preisliste angegebenen Formate entsprechen muss. Bei Promotion-Anzeigen ergeben sich die Preise zusätzlich aus den in der Auftragsbestätigung angegebenen Produktionskosten.

§ 11 Fälligkeit, Zahlungsfrist: Der Anzeigenpreis wird zum Zeitpunkt des in der Preisliste genannten Anzeigenschlusstermins fällig. Rechnungen des Verlages sind innerhalb der aus der bei Vertragsabschluss gültigen Preisliste ersichtlichen, vom Rechnungsdatum an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

§ 12 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 unbeschadet sonstiger Rechte die Ausführung des 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 Schadensoder Aufwendungsersatz zu verlangen.

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

§ 14 Minderung des Anzeigenpreises: Sofern der Auftraggeber rabattfähige Anzeigen bestellt, besteht im Falle einer Unterschreitung der Garantieauflage unter folgenden Voraussetzungen ein Anspruch auf Minderung des Anzeigenpreises: a) Garantieauflage im Sinne dieses § 14 ist die vom Verlag in der jeweils gültigen Anzeigenpreisliste oder anderweitig öffentlich festgelegte und ausdrücklich als „garantiert verbreitete Auflage“ bezeichnete Auflage.

b) Voraussetzung für einen Anspruch auf Minderung ist, dass die Auflage der belegten Ausgabe die Garantieauflage unterschreitet.

c) Soweit nicht anders vereinbart, ist Grundlage für die Berechnung der Preisminderung, der Auftragspreis pro (Einzel-)Unternehmen. Die Höhe der Preisminderung errechnet sich aus der prozentualen Abweichung zwischen Garantieauflage und tatsächlicher Auflagenhöhe. Die Höhe der tatsächlichen Auflage wird gemäß der Verbreitungsunterlagen der Deutschen Post 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 Naturalgutschrift gewährt. Wenn dies nicht mehr möglich ist, erfolgt eine Auszahlung.

d) Evtl. Schadensersatz- oder gesetzliche Mängelansprüche bleiben von den vorstehenden Regelungen in diesem § 14 unberührt.

§ 19 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.

§ 20 Erfüllungsort, Gerichtsstand, Anwendbares Recht: Erfüllungsort ist Neuried, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist. Gerichtsstand ist München, wenn der Auftraggeber Kaufmann oder eine juristische Person des öffentlichen Rechts ist oder er keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland hat. Der Verlag ist jedoch berechtigt, den Auftraggeber auch an jedem anderen gesetzlichen Gerichtsstand zu verklagen. Es gilt deutsches Recht.