

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen im Print- und Online-Bereich

1. Die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen haben Geltung für Verträge aus dem Bereich der Anzeigen und Fremdbeilagen für Printausgaben (Zeitschriften und Zeitungen) sowie für Online-Maßnahmen (beispielhaft Banner auf der Website, Banner im Newsletter etc.) zwischen der Firma Reitmeier Input Management Services GmbH – Research & Results, Geschäftsführer: Hans Reitmeier, Heinrich Fischer, Martin Sippel, Haldenbergerstr. 28, 80997 München, Deutschland, Telefon: 089-14 90 279-0, Fax: 089-14 90 279-29, E-Mail: info@research-results.de – im Folgenden Verlag genannt – und dem Kunden – im Folgenden Auftraggeber genannt.
2. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen im Print- oder Online-Bereich zum Zwecke der Werbung/Information von Kunden und Dritten bzw. der Vertrag über die Zufügung einer Beilage in Zeitschriften/Zeitungen.
3. Der Anzeigenauftrag kommt durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und die Buchungsbestätigung durch den Verlag in Textform zustande (Annahme).  
Anzeigenaufträge können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet abgegeben werden. Der Vertrag kommt erst durch die anschließende Auftragsbestätigung des Verlages zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarung zwischen Verlag und Auftraggeber schriftlich oder per E-Mail erfolgt.
4. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen, sofern keine vertragliche Vereinbarung gegeben ist. In diesen Fällen ist die Anzeige gemäß der vertraglichen Fristenvorgabe einzusenden und zu veröffentlichen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit dem Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Ziff. 4 Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird. Dies gilt entsprechend für die Schaltung von Bannern im Rahmen der Online-Maßnahme, soweit kein expliziter Zeitraum vereinbart wurde. Sind keine Fristen vereinbart, hat der Verlag das Recht, die Anzeigen nach eigenem Ermessen zu veröffentlichen.
5. Bei Abschlüssen kann der Auftraggeber anfragen, ob innerhalb der vereinbarten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen/Online-Maßnahmen abgerufen werden können.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass der Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss informiert werden kann, falls der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Der Verlag kann hierfür eine verbindliche Frist setzen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf. Da der Anzeigenteil dieser Zeitschriften nach typographischen Gesichtspunkten gesetzt und umbrochen wird, ergeben sich für die Gestaltung bestimmter rubrizierter Anzeigen gewisse Regeln, deren Berücksichtigung der Verlag sich vorbehält. Platzierungsvorschriften sind nur gültig, wenn sie vom Verlag schriftlich bestätigt worden sind.  
Online-Maßnahmen werden nach der jeweiligen vertraglichen Bestimmung im Rahmen des jeweiligen Mediums veröffentlicht. Hierbei müssen entsprechend der Print-Ausgabe die vereinbarten Fristen eingehalten sowie das zulässige Medium zur Übermittlung verwendet werden.
7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen, die online publiziert werden oder nur für Online-Maßnahmen gedacht sind, ebenfalls mit einem solchen Hinweis innerhalb der gebuchten Größe zu kennzeichnen. Der Auftraggeber willigt hierbei ein, dass die Anzeige entsprechend geändert werden darf, der Verlag versucht, ohne dass hierfür ein Rechtsanspruch besteht, diesen Hinweis im Stil der Maßnahme zu halten.
8. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Anzeigen zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Auftraggeber stellt den Verlag insoweit von allen Ansprüchen Dritter frei. Der Verlag ist berechtigt, von dem Auftraggeber zu fordern, dass dieser im Falle einer Klage für den Verlag eintritt.  
Der Verlag behält sich jedoch vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn ihr Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder eine Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden.  
Beilagenaufträge sind erst nach Vorlage eines Musters/der Datei und der Genehmigung seitens des Verlages bindend.  
Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen beinhalten, werden aus diesen Gründen nicht angenommen und sind unzulässig. Der Verlag ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, in diesen Fällen die Anzeige zu verändern bzw. die Fremdanzeigen zu entfernen und hiernach die Anzeige

zu veröffentlichen, ohne dass der Auftraggeber zur Kündigung/Rücktritt oder Minderung berechtigt ist. Dies gilt entsprechend für Online-Maßnahmen.

Wird der Auftrag abgelehnt, erhält der Auftraggeber unverzüglich eine Mitteilung. Entsprechend hat der Verlag das Recht, bei Online-Maßnahmen die Verwendung von Hyper-Links einzuschränken, sofern die verlinkte Website gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder eine Verlinkung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch, wenn die verlinkte Website auf weitere Seiten im Internet verlinkt ist, die gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstoßen bzw. unzumutbar sind. In diesen Fällen wird die Online-Maßnahme solange ohne den Link angebracht, solange der Zustand andauert; der Auftraggeber ist in diesen Fällen weder zur Minderung noch zur Kündigung/Rücktritt berechtigt, sondern verpflichtet, den vollen Preis für die Maßnahme zu zahlen.

9. Zur Vermeidung von Verwechslungen mit privaten Anzeigen müssen gewerbliche Anzeigen als solche klar erkennbar sein, z. B. durch die Kennzeichnung. Der Gebrauch von Kennzeichnungen geschieht auf Risiko des Auftraggebers. Ihm obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen bei unzureichender Kennzeichnung gegen den Verlag erwachsen.

10. Der Verlag leistet keine Gewähr für Beilagen in bestimmten Gebieten und bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebsweg. Platzwünsche können nicht berücksichtigt werden. Im redaktionellen Teil kann ein Beilagenhinweis veröffentlicht werden, dessen Text über die Nennung des Firmennamens hinaus keine Werbung enthalten darf. Beilagen dürfen nur einem Auftraggeber dienen. Die Mittelvergütung für Werbeagenturen beträgt für Beilagenaufträge 15 % des Kunden-Nettobetrag. Die Einbeziehung von Beilagenaufträgen in Anzeigenabschlüsse ist nicht möglich.

11. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen, der Beilagen und der Dateien für die Online-Maßnahme ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag teilt bei digitalen Medien dem Auftraggeber die möglichen Datenträger und möglichen Dateiformate mit. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Unterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Im Rahmen von Online-Maßnahmen gilt der technische Standard des Internets zum Zeitpunkt des Auftrags.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren an die Werbungtreibenden gerichteten Angeboten, Verträgen und Rechnungen an die Preisliste des Verlages zu halten. Die durch den Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise wiedergegeben werden. Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Verträgen sofort in Kraft, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde. Die Mittelvergütung beträgt bei Anzeigen, Beilagen, Werbebannern 15 % vom Kunden-Nettobetrag.

14. Nachlasspflichtige Aufträge können nur zugunsten ein und derselben natürlichen oder juristischen Person abgeschlossen werden. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird. Die zahlen- und mengenmäßige Einbeziehung von Anzeigen in einen Abschluss, für die der Tarif einen Nachlass nicht vorsieht, ist nicht möglich. Es ist auch nicht zulässig, für Anzeigen zum ermäßigten Grundpreis, für die der Tarif einen Nachlass nicht vorsieht, einen nachlasspflichtigen Abschluss zum vollen Grundpreis zu tätigen oder solche Anzeigen in einen laufenden nachlasspflichtigen Abschluss zum vollen Grundpreis einzubeziehen.

Für Anzeigen im Stellenmarkt erhalten Personalagenturen und Personalberater auf Anfrage Boni. Sämtliche Boni verstehen sich als freiwillige Leistung des Verlages; ein Anspruch darauf besteht nicht. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven Sonderpreise zu gewähren. Ein Anspruch Dritter auf diese Preise besteht nicht.

15. Falls der Auftraggeber keine Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung bei Anzeigen in Printausgaben in der Regel 1 Woche, in allen anderen Fällen unmittelbar vor dem Erscheinungstermin übersandt. 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 Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Im Rahmen von längeren Online-Maßnahmen ist der Verlag berechtigt, eine nach Zeitablauf umgerechnete Zwischenrechnung zu stellen und deren Begleichung zu verlangen.

16. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und vom Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Die Mahnkosten je Mahnung betragen 2,00 EUR.

17. Der Verlag liefert mit der Rechnung 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. Im Rahmen von Online-Maßnahmen ist kein Beleg möglich, so dass hier auf Wunsch eine rechtsverbindliche Bescheinigung erteilt wird.

18. Kosten für die Anfertigung bestellter, vom Auftraggeber gewünschter oder zu vertretender erheblichen Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

19. 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 500.000 Exemplaren 10 v. H.,
- bei einer Auflage über 500.000 Exemplare 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 hätte zurücktreten können.

20. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expresssendungen auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die innerhalb dieser Frist nicht abgeholt worden sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 1.000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher- und Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

21. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Eine Aufbewahrung elektronisch übermittelter Anzeigen ist nicht möglich.

22. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis zu vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige zur Abholung bereitgehalten bzw. dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt) bzw. im Falle von E-Mails als elektronische Post weitergeleitet. Nach Ablauf dieser Frist werden die Zuschriften vernichtet. Zuschriften mit einem Gewicht von mehr als 500 Gramm oder einem größeren Format als DIN A4 sowie Waren-, Bücher-, Katalog- und Werbesendungen sowie Päckchen/Pakete sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nur zur Abholung aufbewahrt. Der Verlag behält sich vor, offensichtlich gewerbliche Offerten nicht weiterzuleiten, wenn keine ausdrückliche schriftliche Weisung des Auftraggebers zur Weiterleitung erteilt wird. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften anstelle und im erklärten Einverständnis des Auftraggebers zu öffnen.

23. Der Anzeigenauftrag kann nur schriftlich, per Telefax oder E-Mail zu den in der Preisliste angegebenen Schlussterminen gekündigt werden. Wenn die Anzeige bereits in Druck gegeben wurde, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

24. Reklamationen müssen vom Auftraggeber, der Kaufmann ist, bei offensichtlichen Mängeln innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel müssen Kaufleute spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren zwölf Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige.

25. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder/und der Preisliste nicht beachtet. Der Auftraggeber haftet dafür, dass übermittelte Dateien frei von Viren sind. Dateien mit Viren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich Ersatzansprüche vor, wenn die Viren Schäden verursachen. Der Verlag übernimmt keine Haftung für die rechtswidrige Verwendung von Online-Maßnahmen durch Dritte wie z. B. durch Copy & Paste. Eine solche Haftung ist aufgrund der tatsächlichen Gegebenheiten des Internets und der Gegebenheiten von digitalen Daten nicht möglich. Weiterhin übernimmt der Verlag keine Haftung für die Aufnahme der Online-Maßnahme in Suchmaschinen und Cache-Diensten (wie z. B. Google), bei denen eine längere Speicherzeit einer Kopie der Website denkbar ist, wie auch auf Servern und Webinhalten Dritter, auf die der Verlag keinen Einfluss hat (z. B. Blogs, Facebook etc.).

26. Wird eine Anzeige unleserlich, unrichtig oder unvollständig abgedruckt, so hat der Auftraggeber Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Auftragnehmer eine ihm hierfür gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Es gelten die gesetzlichen Gewährleistungsansprüche. Beruht der fehlerhafte Abdruck der Anzeige auf einem Mangel der vom Auftraggeber eingereichten Unterlagen, der erst beim Druckgang erkennbar ist, so stehen dem Auftraggeber keine Gewährleistungsansprüche zu.

27. Der Verlag haftet ausschließlich für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbeauftrags überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut. Die Schadenersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadenersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlages nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt. Schadenersatzansprüche von Kaufleuten gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

28. Der Verlag hat das Recht, Printmedien samt Anzeigen und Beilagen online zu veröffentlichen und zugänglich zu machen. Ein Recht besteht nicht hierauf, wenn eine anderweitige vertragliche Regelung getroffen wurde. Im Falle der Online-Verbreitung beinhaltet dies beispielhaft, jedoch nicht abschließend, die Zurverfügungstellung des Magazins als PDF-Datei im Internet, als HTML-Webseite, den Versand als digitale Datei etc.

In diesen Fällen übernimmt der Verlag keine Haftung für die rechtswidrige Verwendung sowie die Speicherung auf Caches/Seiten Dritter, siehe Ziffer 25.

29. 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. Es gilt das deutsche Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

Im Fall der rechtlichen Unwirksamkeit einer einzelnen Bestimmung wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon nicht berührt und wirksam. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen treten, soweit vorhanden, die gesetzlichen Vorschriften.

September, 2016