

Allgemeine Anzeigenbedingungen der emotion GmbH

I. Vertragsgegenstand/Begriffsbestimmungen

1. "Werbeauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über das Zurverfügungstellen von Werbeplätzen in Print-Medien und digitalen Medien (wie Newsletter und Websites) sowie bei Events der emotion GmbH (nachfolgend "der Verlag" genannt) für Werbekunden. Ein Vertrag kann auch so ausgestaltet sein, dass die Platzierung mehrerer Werbemittel über einen bestimmten Zeitraum (im Folgenden "Insertionszeitraum") vereinbart wird, wobei die jeweiligen Platzierungen unter Beachtung der Verfügbarkeit auf Abruf des Werbekunden erfolgen (im Nachfolgenden "Mehrfachauftrag" genannt).
2. "Werbekunde" ist diejenige Person oder das Unternehmen, für die der Verlag Werbemittel platzieren soll. Werbekunde kann entweder der Werbetreibende selbst (der eigene Waren oder Dienstleistungen bewirbt) oder eine Agentur sein, die im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und Dienstleistungen wirbt.
3. "Werbemittel" sind jegliche Art von Werbematerialien, die der Werbekunde dem Verlag zur Platzierung auf deren Werbe- und Anzeigenplätzen zur Verfügung stellt.
4. "Advertorials" sind fremdproduzierte Werbemittel, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen unterscheiden und mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet sein müssen. Sie enthalten Text/Bilder/Grafiken und Werbung Dritter.

II. Vertragsschluss

1. Der Werbeauftrag sowie sämtliche Leistungen, Angebote und Verträge zwischen dem Verlag und dem Werbekunden unterliegen neben den Bestimmungen im jeweiligen Vertrag ausschließlich diesen AGB. Geschäftsbedingungen des Werbekunden, die diesen AGB entgegenstehen oder von ihnen abweichen, sind unwirksam. Dies gilt auch dann, wenn dem Verlag solche anderen Vertragsbedingungen zur Kenntnis gebracht wurden. Gegenbestätigungen des Werbekunden unter Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen wird hiermit widersprochen.
2. Jeder Werbeauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
3. Soweit eine Agentur dem Verlag einen Werbeauftrag erteilt, kommt der Vertrag mit der Agentur zustande. Andernfalls kommt der Vertrag direkt mit dem Werbetreibenden zustande.
4. Änderungen und Ergänzungen des Werbeauftrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für eine Änderung dieser Schriftformklausel.
5. Die Allgemeinen Anzeigenbedingungen des Verlags für Werbeaufträge können sich ändern. Deswegen gelten diese Bedingungen immer nur für den jeweiligen Werbeauftrag in der zum Zeitpunkt des Abschlusses des Werbeauftrags gültigen Fassung.
6. Ist das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel innerhalb eines Insertionszeitraumes eingeräumt, ist der Abruf innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern das erste Werbemittel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird. Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausgeübt, verfällt der Anspruch nach Ablauf des Jahres ersatzlos. Die Pflicht zur Zahlung der entsprechenden Vergütung bleibt hiervon unberührt.

III. Leistungen des Verlags

1. Der Verlag wird die vom Werbekunden zur Verfügung gestellten Werbemittel innerhalb des im Vertrag angegebenen Zeitraums gemäß den vereinbarten Leistungsmerkmalen in einer dem jeweiligen technischen Standard entsprechenden Weise auf den vereinbarten Werbeplätzen platzieren. Darüber hinaus ist der Verlag berechtigt, die Werbemittel multimedial (insbesondere im ePaper, in Apps, auf Websites) zu veröffentlichen und öffentlich zugänglich zu machen. Ein Anspruch des Werbekunden auf eine Veröffentlichung über die vereinbarten Werbeplätze hinaus besteht nicht.
2. Vereinbart ist die für den belegten Werbeplatz nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Werbemittel.
3. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort "Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.
4. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Werbemittel - auch einzelne Abrufe von Werbemitteln - aus wichtigem Grund abzulehnen. Ein solcher wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn konkrete Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass das Werbemittel gegen die in Ziffer 4.4 genannten Garantien verstößt, oder deren Veröffentlichung für den Verlag u.a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung).
5. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich Verbundwerbung (vgl. Ziffer 3.4) keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.
6. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Werbekunden unter Angabe von Gründen unverzüglich mitgeteilt. Dem Werbekunden steht es frei, dem Verlag ein neues, bzw. geändertes Werbemittel zur Verfügung zu stellen, was den Anforderungen in Ziffer 3.4

entspricht. Hierdurch auftretende Verzögerungen gehen zu Lasten des Werbekunden.

7. Bei Werbeplatzierungen in Print-Medien, werden Druckunterlagen nur auf besondere Anforderung und auf Kosten des Werbekunden zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung des Werbemittels.

8. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und auf Kosten des Werbekunden geliefert. Der Werbekunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

9. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art des Werbemittels übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

10. Wird ein Werbeauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die weder der Verlag noch der Werbekunde zu vertreten hat, so hat der Werbekunde dem Verlag, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

IV. Pflichten des Werbekunden

1. Der Werbekunde trägt dafür Sorge, dass die Werbemittel und weiteren notwendigen Informationen rechtzeitig, vollständig, fehlerfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend angeliefert werden und etwaige Druckunterlagen eine einwandfreie Beschaffenheit ausweisen. Ferner ist der Werbekunde dafür verantwortlich, dass diese sich für die vereinbarten Zwecke, insbesondere die jeweilige Darstellung im entsprechenden Umfeld und in der gebuchten Werbeform, eignen.

2. Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der etwaigen Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf

Platzierung und Druckqualität der Werbemittel verursachen und schließen spätere Reklamationen aus.

3. Kosten des Verlages für vom Werbekunden gewünschte oder zu vertretende Änderungen hat der Werbekunde zu tragen.

4. Der Werbekunde versichert mit Erteilung des Werbeauftrages, dass er über alle zur Schaltung des Werbeauftrages erforderlichen Rechte verfügt. Er trägt die alleinige Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Werbeschaltung zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen, bei gelieferten Anzeigenvorlagen insbesondere für die verwendeten Bilder, Logos, Schriften und sonstigen Elemente. Der Werbekunde garantiert ferner, dass die Werbemittel - keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) verletzen und/oder- nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere presserechtliche, wettbewerbsrechtliche, datenschutzrechtliche und Verbraucherschutzrechtliche) Bestimmungen verstoßen und nicht staatsgefährdender, rassistischer, Gewalt verherrlichender, pornografischer oder jugendgefährdender Natur sind.

5. Der Werbekunde stellt den Verlag auf erstes Anfordern im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können, insbesondere presserechtliche oder wettbewerbsrechtliche Vorschriften. Dies gilt insbesondere in Bezug auf die unter Ziffer 4.4 abgegebenen Garantien. Bei Veröffentlichung von Gegendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Preises für ein dem Umfang der Gegendarstellung entsprechenden Werbemittel. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt, einschließlich sämtlicher Gerichts- und Anwaltskosten in gesetzlicher Höhe. Der Werbekunde ist verpflichtet, dem Verlag für den Fall einer Inanspruchnahme durch Dritte unverzüglich, wahrheitsgemäß und vollständig nach Treu und Glauben sämtliche ihm zur Verfügung stehende Informationen mitzuteilen und Unterlagen vorzulegen, die für eine Prüfung der Ansprüche erforderlich sind.

6. Der Werbekunde überträgt dem Verlag die für die Durchführung des Werbeauftrages erforderlichen zeitlich, örtlich und inhaltlich beschränkte Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige sui generis Schutzrechte. Darüber hinaus ist der Verlag berechtigt, die vorgenannten Rechte zum Zwecke der

Eigenwerbung (z.B. Pressemitteilungen und Präsentationen) auch vor und nach Ausführung des Werbeauftrags auszuüben.

7. Advertorials sind mindestens 7 Werktage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen. Für den Fall, dass Advertorials durch den Verlag oder von ihm eingesetzte Erfüllungsgehilfen erstellt werden, verbleiben sämtliche Rechte an den erstellten Inhalten beim Verlag.

8. Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbung nach erstmaliger Schaltung zu prüfen, soweit dies mit zumutbarem Aufwand möglich ist.

9. Der Werbekunde hat dem Verlag jede Änderung seiner Firma, Ansprechpartner, Anschrift oder von sonstigen Kontaktinformationen (Tel., Fax, E-Mail etc.) umgehend, spätestens binnen 5 Werktagen per Brief oder per Email anzuzeigen.

10. Der Werbekunde ist nicht berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbeauftrag gegenüber dem Verlag (d.h. die gebuchten Werbeplätze) auf Dritte entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen.

11. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbekunden an die Preisliste des Verlages zu halten.

V. Vergütung, Fälligkeit, Zahlungsverzug

1. Die Vergütung für den jeweiligen Werbeauftrag bestimmt sich nach der zum Zeitpunkt des Abschlusses des jeweiligen Werbeauftrags gültigen Preisliste des Verlages. Der Verlag behält sich vor, die Preisliste jederzeit zu ändern. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

2. Rabatte für Mehrfachaufträge innerhalb eines Insertionszeitraumes bestimmen sich ebenfalls nach der jeweils gültigen Preisliste des Verlages.

3.

3. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbetreibende Werbeaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

4. Werbeaufträge für Werbemittel und Fremdbeilagen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Werbekunden noch rechtzeitig mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Werbemittel werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

5. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbekunden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte des Insertionszeitraumes erbracht werden. Konzernrabatte bedürfen der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag und werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen.

6. Die Rechnungsstellung erfolgt mit Auftragsbestätigung. Rechnungsbeträge sind sofort und ohne Abzüge zur Zahlung fällig.

7. Bei Zahlungsverzug oder Stundungen werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Werbeauftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restliche Platzierung der Werbemittel Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Werbekunden, Sitz des Werbekunden im Ausland oder einem Erstauftrag durch den Werbekunden ist der Verlag berechtigt, vor Beginn einer neuen Geschäftsverbindung und auch während der Laufzeit weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes

Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

VI. Stornierung von Werbeaufträgen

1. Eine Stornierung von Werbeaufträgen oder Abrufen ist nur bis zum Anzeigenschlusstermin (Printanzeigen) und bei allen anderen Werbeplätze bis 7 Werktage vor Veröffentlichung möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per Email bei dem Verlag eingehen.

VII. Haftung des Verlags

1. Der Verlag haftet - gleich aus welchem Rechtsgrund - nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit eines gesetzlichen Vertreters, eines leitenden Angestellten oder sonstigen Erfüllungsgehilfen; dem Grunde nach bei jeder schuldhaften Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (wobei der Begriff der wesentlichen Vertragspflicht abstrakt eine solche Pflicht bezeichnet, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die jeweils andere Partei regelmäßig vertrauen darf), bei Verzug und Unmöglichkeit und Vorsatz sowie grober Fahrlässigkeit eines einfachen Erfüllungsgehilfen, wobei die Haftung bei Vermögens- und Sachschäden auf die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt ist.

2. 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 Werbemittel.

3. Entspricht die Veröffentlichung des Werbemittels nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Werbekunde Anspruch auf Zahlungsminderung oder ein einwandfreies Ersatzwerbemittel bzw. Ersatzplatzierung des Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des ursprünglichen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, ein Ersatzwerbemittel bzw. Ersatzplatzierung 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 zu dem Leistungsinteresse des Werbekunden steht, oder

diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für das Ersatzwerbemittel oder die Ersatzplatzierung des Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist das Ersatzwerbemittel/Ersatzplatzierung erneut nicht einwandfrei, so hat der Werbekunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Werbeauftrags. Bei unwesentlichen Mängeln des Ersatzwerbemittels oder der Ersatzplatzierung ist die Rückgängigmachung des Werbeauftrags ausgeschlossen.

4. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

5. Alle in den Punkten 7 genannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht in den Fällen zwingender gesetzlicher Haftung, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz, bei Übernahme einer Garantie sowie bei schuldhaften Verletzungen des Lebens, des Körpers und der Gesundheit.

VIII. Datenschutz

1. Der Werbekunde ist verpflichtet, die datenschutzrechtlichen Bestimmungen einzuhalten.

IX. Schlussbestimmungen

1. Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Anzeigenbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt der Werbeauftrag im Übrigen wirksam. Das gleiche gilt, sofern diese Anzeigenbedingungen eine Regelungslücke enthalten. Anstelle der ganz oder teilweise unwirksamen oder fehlenden Regelung tritt das, was die Parteien bei verständiger Würdigung der ganz oder teilweisen Unwirksamkeit oder des Fehlens der Regelung vereinbart hätten, falls ihnen dieser Umstand bekannt gewesen wäre, in Kraft.

2. Ausschließlicher Gerichtsstand ist Bergisch Gladbach.

3. Erfüllungsort ist der Ort des Verlages oder dessen Niederlassung.

4. Es gilt deutsches Recht.

Fassung vom 15.05.2024