

## **Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften aus dem Life! Verlag GmbH & Co. KG**

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB“) regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Anzeigenaufträgen (print und online). 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 Schaltung von Werbung in eigenem oder fremdem Namen befasst sind.

„**Agenturkunde**“ ist ein Werbungtreibender, dessen Anzeigen von einer von ihm beauftragten Agentur in deren eigenem Namen und auf deren eigene Rechnung als Auftraggeberin beim Verlag gebucht werden. In Bezug auf die Anzeigenbuchung besteht ein zweistufiges Vertragsverhältnis Verlag – Agentur / Agentur – Werbungtreibender; die Preisgestaltung gegenüber dem Werbungtreibenden obliegt der Agentur.

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

„**Anzeigenauftrag**“ oder „**Abschluss**“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung von Anzeigen in einer vom Verlag vermarkteten Zeitschrift, Publikation bzw. Internetseite. Auch ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, bei denen die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen, ist ein Abschluss;

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

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

„**Direktkunde**“ ist ein Werbungtreibender, der Auftraggeber ist. Das gilt auch dann, wenn er eine Agentur als Stellvertreterin eingeschaltet hat, die den Anzeigenauftrag in seinem Namen abschließt, § 164 BGB.

„**Verlag**“ ist die Life! Verlag GmbH & Co. KG, Gasstr. 18, Haus 1, D-22761 Hamburg, für sämtliche von ihr vermarkteten Zeitungen und Zeitschriften, auch wenn diese von Dritten verlegt werden.

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

2. Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung der Anzeige durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch den Verlag in Textform (Annahme) oder Abdruck der Anzeige. Jeder Anzeigenauftrag bezieht sich auf einen vom Auftraggeber konkret mit Namen oder Firma bezeichneten Werbungtreibenden; der Austausch der Werbungtreibenden durch den Auftraggeber nach Anzeigenbuchung bedarf der Zustimmung des Verlages in Textform. Wird ein Direktkunde durch eine Agentur vertreten, so ist spätestens bei der Anzeigenbuchung in Textform ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Buchung im Namen und für Rechnung des Direktkunden 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. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln.

4. 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 widerspruchsfreien weiteren Abwicklung des Abschlusses mit der neuen Agentur.

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. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift 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. Der Verlag behält sich vor, kurzfristig Titelumhefter und Beilagen einzusetzen, die Anzeigenmotive auf den Umschlagseiten abdecken können.

7. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort "Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.

8. 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.

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.

9. 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.

10. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer 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. 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. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die verbindlichen technischen Vorgaben des Verlages einhält.

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

12. 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.

13. Gewährleistung bei Anzeigenaufträgen: 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 bei Last-Minute-Anzeigen;
- bei Abweichungen in der Farbwiedergabe aufgrund von Unterschieden in der Papierqualität und Bogenteilung der Seiten;
- 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 zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels 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.

14. 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.

15. Gewährleistung bei Druck- und Herstellungsleistungen: Kontroll-Proofs, Änderung angelieferter/übertragener Daten und ähnliche Vorarbeiten und Änderungen, 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. Der Auftraggeber hat die Vertragsmäßigkeit der Arbeitsergebnisse sowie der zur 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 Fertigungsvorgang entstanden sind oder erkannt werden konnten. Das gleiche gilt für alle sonstigen Freigabeerklärungen des Auftraggebers. Offensichtliche Mängel sind innerhalb einer Frist von einer Woche ab Empfang der Ware 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 berechtigen 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. Zulieferungen (auch Datenträger, übertragene Daten) durch den Auftraggeber oder durch einen von ihm eingeschalteten Dritten unterliegen keiner Prüfungspflicht seitens des Verlags. 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.

16. 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.

17. Bei beauftragter Produktion eines Werbemittels wird die Rechnung mit Anlieferung der gedruckten Exemplare beim Weiterverarbeiter fällig, ansonsten innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist, sofern nicht 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. 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 Anzeigenauftrages 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.

18. 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 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 zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung gegen Ansprüche des Verlages nur mit unstreitigen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen berechtigt.

19. 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.

20. 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 Garantieuflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie bei einer Garantieuflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20.v. H., bei einer Garantieuflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15.v. H beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 31 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieuflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise ausdrücklich als solche bezeichnete Garantieuflage. Zudem sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Garantieuflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

21. 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.

22. Bei Druck- und Herstellungsleistungen bleibt die gelieferte Ware bis zur vollständigen Bezahlung aller zum Rechnungsdatum bestehenden Forderungen des Verlags 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 Verlags beeinträchtigten Dritten insoweit zur Freigabe von Sicherungen nach Wahl des Verlags 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 Vorbehaltseigentum.

23. Im Verhältnis zwischen Verlag und Auftraggeber gilt die jeweils aktuelle Preisliste (Mediadaten). Auf Rechnungen für Kurations-, Druck- und Herstellungskosten werden keine AE-Provision oder sonstige Rabatte oder Abzüge gewährt.

24. Der Verlag ist berechtigt, die AGB und die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. AGB- und Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige 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.

25. Der Verlag kann in Einzelvereinbarungen mit Agenturen und Werbungtreibenden 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 Anzeigenauftrag bzw. Werbungtreibenden sind.

26. Soweit nicht ausdrücklich anders ausgewiesen, beziehen sich die Rabattstaffeln in den Preislisten auf die Schaltungen für einen Werbungtreibenden je Insertionsjahr. Rabatte werden, mit Ausnahme der nachfolgenden Regelungen, nicht gewährt für Werbungtreibende, die für andere Werbungtreibende Anzeigenaufträge 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. 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. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

27. 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 Zustimmungen Dritter (insbesondere, aber nicht ausschließlich, die Zustimmung von Testimonials und anderen abgebildeten Personen) vorliegen und dass die bereitgestellten Inhalte die anwendbaren Gesetze sowie Rechte Dritter nicht verletzen. Bei Herstellungsaufträgen ist der Verlag nicht verpflichtet, die in der Werbung des Auftraggebers enthaltenen, vom Auftraggeber vor- oder freigegebenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Auftraggebers auf ihre Richtigkeit zu überprüfen. Die Überprüfung der rechtlichen Zulässigkeit der Werbung (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. 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.

28. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder der Rechte Dritter entstehen können. Insbesondere trägt der Auftraggeber Gewähr dafür, dass die zugelieferten Werbemittel keine Substanzen nach der REACH-Verordnung Nr. 1907/2006/EC in einer höheren Konzentration als 0,1% enthalten, anderenfalls 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.

29. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print-, Online- und Mobile-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlicher Zugänglichmachung, 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.

30. Bei Herstellungsaufträgen erwirbt der Auftraggeber, sofern nicht abweichend in der Leistungsbeschreibung geregelt, an den vom Verlag gestalteten Werbemitteln mit vollständiger Bezahlung das einfache Nutzungsrecht für die Veröffentlichung in den bei Auftragserteilung vereinbarten Medien vom Life! Verlag GmbH & Co. KG für die Laufzeit der Kampagne. Eine Bearbeitung oder inhaltliche Änderung der vom Verlag gestalteten Werbemittel 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 Werbemittel 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.

31. 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 das Verlagsobjekt 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.

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

33. Der Auftraggeber gestattet dem Verlag, seine Anzeigen online auf den Websites des Verlages und seiner Titel öffentlich zugänglich zu machen sowie offline (z.B. auf CD-ROM, DVD, Papier-Präsentationen) zu vervielfältigen und zu verbreiten. Von ihm konzipierte Werbemittel darf der Verlag zeitlich unbeschränkt zur Eigenwerbung auf seiner Internet-Website sowie in den von ihm zu Zwecken der Eigenwerbung erstellten Präsentationen nutzen.

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

35. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien den Inhalt des Anzeigenauftrags, 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 Anzeigenauftrags eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen.

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

37. 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.

38. 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.

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

Gültig ab 01.09.2014