



Gültig ab 1. Januar 2021

MEDIADATEN 2021

DIGITAL & PRINT



Preisliste Nr. 40 · gültig ab 1. 1. 2021

Print-Auflage 7200 Exemplare, zuzüglich Online-Abonnements
Erscheinungsort Düsseldorf

Zeitschriftenformat

unbeschnitten 216 x 303 mm
beschnitten 210 x 297 mm (DIN A4)
Satzspiegel 185 mm breit, 257 mm hoch, 2-, 3- und 4-spaltig

Anzeigenformate und -preise (s/w und 4c)

Format	Breite x Höhe in mm				Preis
1/1 Seite	185 x 257				€ 4.375,-
2/3 Seite	185 x 175	121 x 257			€ 3.660,-
1/2 Seite	185 x 125	90 x 257			€ 2.305,-
1/3 Seite	185 x 85	58 x 257			€ 1.590,-
1/4 Seite	185 x 65	90 x 125	43 x 257		€ 1.315,-
1/8 Seite	185 x 30	90 x 65			€ 612,-
Titelseite	195 x 218 + 3 mm Beschnittzugabe (nicht rabattfähig)				€ 4.740,-
Half Cover	siehe Beschreibung bei den Anzeigenformaten				€ 6.900,-
Sonderfarben	außerhalb der Europa-Skala nach DIN 16 538				€ 795,-

Platzierungsvorschriften

Wir sind um eine optimale Platzierung bemüht. Verbindliche Platzierungsvorschriften sind aber nur bei ganzseitigen Anzeigen möglich. Ein Platzierungszuschlag wird nicht erhoben.

Mittlerprovision

15% (1. Umschlagseite nicht provisionsfähig)

Einhefter (nur Gesamtauflage)

DIN A4 zzgl. 3 mm Beschnitt (oder auf Anfrage)

1 Blatt = 2 Seiten	€ 2.980,-
2 Blatt = 4 Seiten	€ 4.620,-
3 Blatt = 6 Seiten	€ 6.100,-
4 Blatt = 8 Seiten	€ 7.250,-

Beilagen, maximal 205 x 295 mm

(nur Gesamtauflage)

bis zu 25 g und auf Anfrage	€ 2.550,-
--------------------------------	-----------

Beikleber/Postkarten auf Anfrage

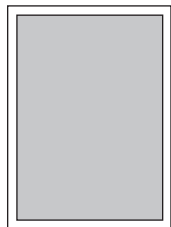
Versandanschrift

Linsen Druckcenter GmbH
Siemensstr. 12-14, 47533 Kleve

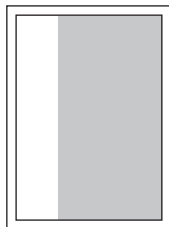
Rabatte bei Abnahme innerhalb
eines Kalenderjahres

3-mal 5%	3 Seiten 10%
6-mal 10%	6 Seiten 15%
11-mal 15%	11 Seiten 20%
22-mal 20%	

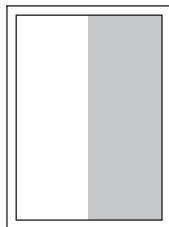
Anzeigenformate im Satzspiegel



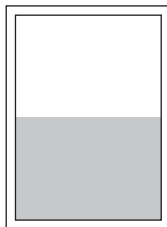
1/1 Seite
185 x 257 mm



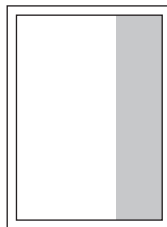
2/3 Seite hoch
121 x 257 mm



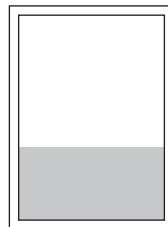
1/2 Seite hoch
90 x 257 mm



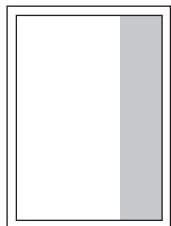
1/2 Seite quer
185 x 125 mm



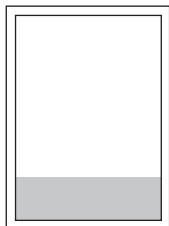
1/3 Seite hoch
58 x 257 mm



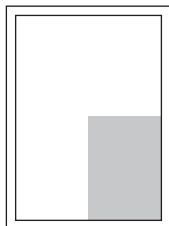
1/3 Seite quer
185 x 85 mm



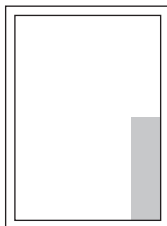
1/4 Seite hoch
43 x 257 mm



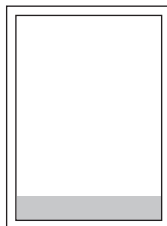
1/4 Seite quer
185 x 65 mm



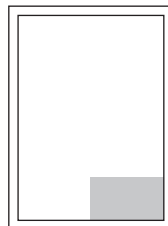
1/4 Seite
90 x 125 mm



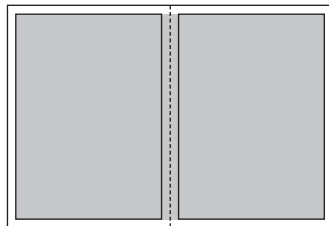
1/8 Seite hoch
43 x 125 mm



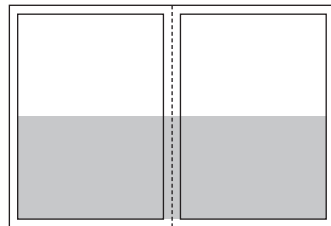
1/8 Seite quer
185 x 30 mm



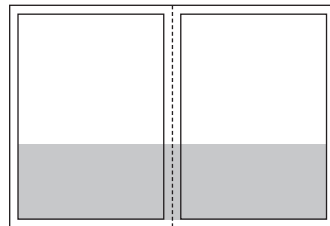
1/8 Seite
90 x 65 mm



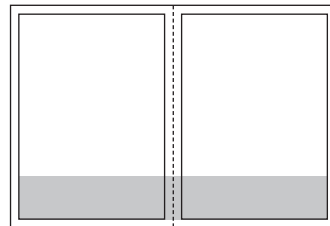
2/1 Seite
395 x 257 mm



1/2 Seite Panorama
395 x 125 mm



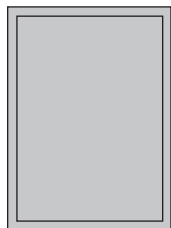
1/3 Seite Panorama
395 x 85 mm



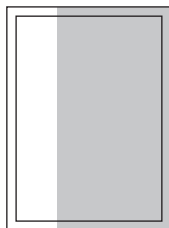
1/4 Seite Panorama
395 x 65 mm

**Grundsätzlich
realisieren
wir jedes
gewünschte
Anzeigenformat.**

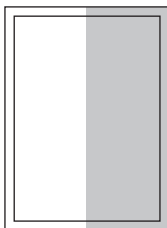
Anzeigenformate im Anschnitt (zzgl. 3 mm Beschnittzugabe)



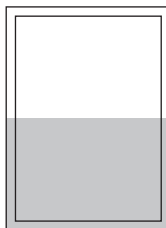
1/1 Seite
210 x 297 mm



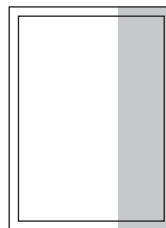
2/3 Seite hoch
134 x 297 mm



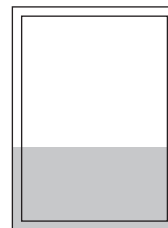
1/2 Seite hoch
102 x 297 mm



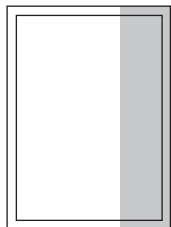
1/2 Seite quer
210 x 145 mm



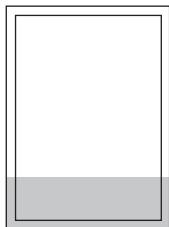
1/3 Seite hoch
71 x 297 mm



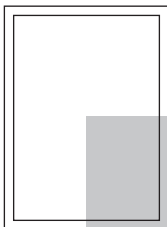
1/3 Seite quer
210 x 105 mm



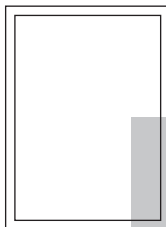
1/4 Seite hoch
55 x 297 mm



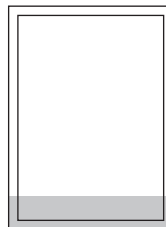
1/4 Seite quer
210 x 85 mm



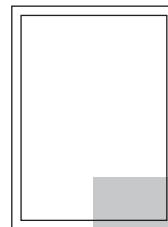
1/4 Seite
102 x 145 mm



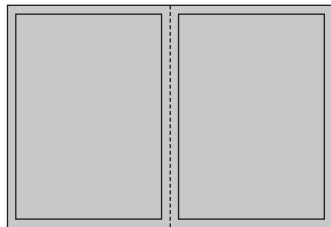
1/8 Seite hoch
55 x 145 mm



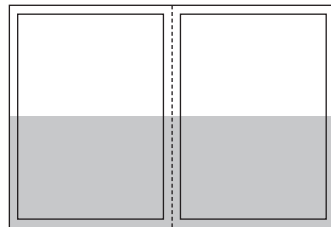
1/8 Seite quer
210 x 50 mm



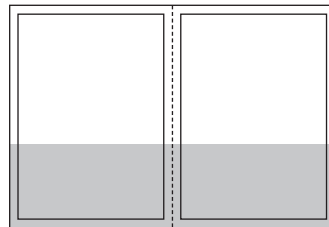
1/8 Seite
102 x 85 mm



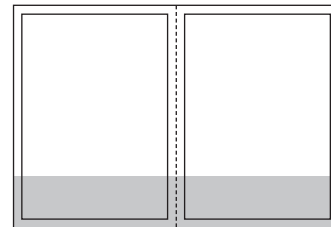
2/1 Seite
420 x 297 mm



1/2 Seite Panorama
420 x 145 mm



1/3 Seite Panorama
420 x 105 mm



1/4 Seite Panorama
420 x 85 mm

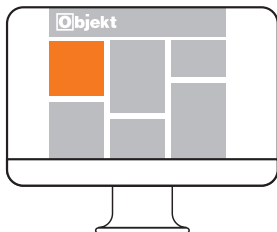
Half Cover



Ein »Half Cover« bedeckt den Titel eines Heftes zur Hälfte.
Die äußere Hälfte ist mit dem Titelmotiv bedruckt. Die innere Hälfte kann mit einer Anzeige belegt werden (nur in Zusammenhang mit der Titelbelegung).

Einzelbuchung nach Bannerformat

OBJEKT Online ist erste Anlaufstelle für Entscheider, wenn es um aktuelle News aus der gesamten Branche geht. Erreichen Sie sie mit Werbung in direkter Nachbarschaft zu passendem Content.



Square Ad 440 x 440 px
Homepage, Einzel-Artikel, Rubriken,
Branchenbuch, Lexikon, Archiv,
Stellenangebote

Preis pro Monat: € 180,-



Small Banner 895 x 200 px
aktuelles Heft, Einzel-Artikel

Preis pro Monat: € 180,-



Banner 1350 x 200 px
Branchenbuch, Termine

Preis pro Monat: € 180,-



Skyscraper 440 x 895 px
Homepage, Einzel-Artikel,
Rubriken, Stellenangebote

Preis pro Monat: € 220,-

Paketbuchung für alle Bannerformate

Mit der Paketbuchung können Sie mit vier verschiedenen Ad-Formaten Anzeigen in der gesamten Website schalten.

Square Ad 440 x 440 px
Small Banner 895 x 200 px
Banner 1350 x 200 px
Skyscraper 440 x 895 px

Preis pro Monat: € 690,-

Advertorial

Bild und Link zu einem Artikel
(Text, Bild und Link zu Ihrer
Landing Page) in redaktio-
nellem Look im Slider auf der
Startseite (als „Anzeige“
gekennzeichnet)



Advertorial

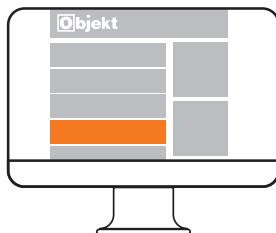
Preis/Laufzeit: 1 Woche: € 350,-

Preis/Laufzeit: 2 Wochen: € 550,-

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen/ Stellengesuch

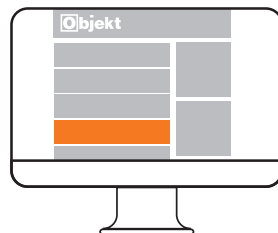
Nicht nur Entscheider lesen OBJEKT Online, sondern auch Fachleute und Spezialisten auf der Suche nach neuen Herausforderungen. Ihr Vorsprung im „War for Talents“!

Stellenangebote erscheinen im Magazin und werden online vorab veröffentlicht.



Stellenangebote Print & Online

Preis pro 1/1: € 800,-
Preis pro 1/2: € 415,-
Preis pro 1/4: € 220,-

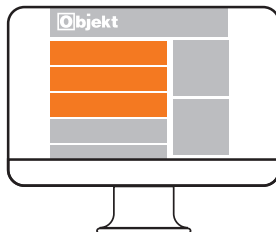


Stellengesuch Print & Online

Preis pro 1/1: € 435,-
Preis pro 1/2: € 225,-
Preis pro 1/4: € 90,-

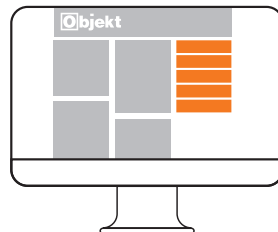
StellenangebotPlus:

- erscheint im Teaser an prominenter Stelle
- bleibt in der Liste der Stellenangebote oben fixiert



StellenangebotPlus Print & Online

Preis pro 1/1: € 1.000,-
Preis pro 1/2: € 580,-
Preis pro 1/4: € 300,-



Teaser auf der
Startseite bei
StellenangebotPlus
inklusive

Formate bei Stellen- und Gelegenheitsanzeigen

Format	Breite x Höhe in mm	
1/1 Seite	185 x 257	
1/2 Seite	185 x 125	90 x 257
1/4 Seite	90 x 125	

OBJEKT berichtet in jeder Ausgabe über die Themenbereiche Fachhandel/Kooperationen/Verbände, Boden/Zubehör, Verlegewerkstoffe/Estrich/Technik sowie Wand/Fassade und Heimtextilien/Sonnenschutz. Zusätzlich beschäftigen wir uns in 2021 mit verschiedenen Sonderthemen.

Ausgabe	RS Redaktionsschluss AS Anzeigenschluss ET Erscheinungstermin	Schwerpunktt Themen	Messen und Ausstellungen (unter Vorbehalt)
1 Januar	RS 27. 11. 2020 AS 7. 12. 2020 ET 4. 1. 2021	Wir beschäftigen uns mit der aktuellen Situation.	Surfaces 25.-28.1.
2 Februar	RS 15. 1. 2021 AS 20. 1. 2021 ET 1. 2. 2021	Neuheiten des Jahres (Teil 1)	
3 März	RS 15. 2. 2021 AS 19. 2. 2021 ET 1. 3. 2021	Neuheiten des Jahres (Teil 2) Fassaden fit machen	
4 April	RS 15. 3. 2021 AS 19. 3. 2021 ET 1. 4. 2021	Recyclingfähige Produkte Sonnenschutz – vom Dachgeschoss bis zur Terrasse	
5-6 Mai/Juni	RS 30. 4. 2021 AS 10. 5. 2021 ET 17. 5. 2021	Altersgerechtes Bauen und Wohnen Schmutzfänger: Sauberlauf	

7-8 Juli/August	RS 28. 6. 2021 AS 2. 7. 2021 ET 12. 7. 2021	Boden gut machen: Verlegewerkstoffe, Werkzeuge & Maschinen Gegen Lärm: Akustische Raumlösungen	Altenpflege 6.-8.7.
9 September	RS 16. 8. 2021 AS 20. 8. 2021 ET 1. 9. 2021	Feuchträume: Produkte für Küche, Bad und Wellness-Bereiche Funktional und ästhetisch: Rund ums Fenster	Architect@work 15.-16.9. (Hamburg)
10 Oktober	RS 15. 9. 2021 AS 20. 9. 2021 ET 1. 10. 2021	Renovieren im Bestand Nachhaltige Lacke & Lasuren	Domotex Asia/Chinafloor 12.-14.10.
11 November	RS 15. 10. 2021 AS 20. 10. 2021 ET 2. 11. 2021	Ausgefallene Böden – von Holz bis Epoxidharz Übergang und Abschluss: Profile und Leisten	Branchentag Holz 9.-10.11. Batimat 15.-19.11. Architect@work 17.-18.11. (München)
12 Dezember	RS 15. 11. 2021 AS 19. 11. 2021 ET 1. 12. 2021	Messebericht „Branchentag Holz“ Produkte für den Holzhandel	Architect@work 1.-2.12. (Düsseldorf)
1/2022 Januar	RS 30. 11. 2021 AS 10. 12. 2021 ET 3. 1. 2022	schauen wir mal...	

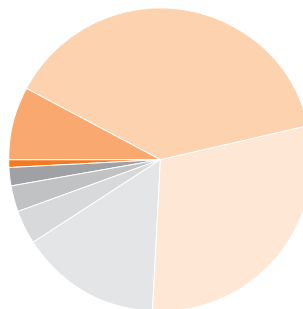
Anzeigenschluss ist gleichzeitig Druckunterlagenschluss

Kurzcharakteristik

OBJEKT ist eine Fachpublikation für alle am Fußbodenbau und der Raumausstattung Beteiligten: Industrie, Fach-Großhandel, Fach-Einzelhandel und Fach-Handwerk sowie Top-Architekten. OBJEKT ist eine Branchenfachzeitschrift, die sich keine engen Grenzen setzt. Denn heute sind fast alle Themen durch die Entwicklung interdisziplinär. Das große Mono-Thema, den absoluten Spezialisten, der nie den Blick über die Grenzen seiner Disziplin wirft, gibt es nicht mehr. Die Anforderungen haben sich geändert und mit ihnen zwangsweise die Anforderungen an eine Fachzeitschrift. Deshalb erweitern regelmäßige Beiträge von Sachverständigen, Unternehmensberatern und Juristen das redaktionelle Spektrum von OBJEKT. Aufgrund unserer monatlichen Erscheinungsweise bieten wir aktuelle und weiterführende Informationen auf www.objekt-online.de. Unser Service für Inserenten: Alle Stellenanzeigen werden auf Wunsch sofort ins Internet gestellt, also noch bevor sie in der Printausgabe erscheinen.

Empfänger-Analyse

Großhandel	
Bodenbeläge, Holz, Tapeten und Wandbeläge, Farben und Lacke, Heimtextilien	7,9%
Einzelhandel / Objektore	
Bodenbeläge, Tapeten und Wandbeläge, Farben und Lacke, Heimtextilien, Sonnenschutz	38,7%
Handwerk / Gewerbe	
Unter- und Oberböden, Heimtextilien, Tapeten, Farben und Lacke	29,3%
Außendienst (Reisende und Handelsvertreter)	15,2%
Holzhandel	3,7%
Architekten, Innenarchitekten	2,6%
Industrie, Zulieferer	2,2%
Sonstige (Fachschulen, Verbände, Behörden)	0,4%



Der Leserkreis von OBJEKT umfasst

Industrie
Groß- und Einzelhandel
Objektore
Handwerker (Boden-, Parkett- und Estrichleger, Raumausstatter, Maler)
Architekten

folgender Gebiete:

- Bodenbeläge (Teppichböden, Elastische Beläge, Holz-, Kork- und Laminatbeläge sowie Terrassendielen)
- Verlegewerkstoffe, Estrich, Bodenbeschichtungen, Oberflächenbehandlungen und Profile
- Farben, Lacke und Wärmedämmverbundsysteme
- Tapeten und andere Wandbeläge
- Heimtextilien
- Sonnenschutz

Druckunterlagen Anzeigen

Druckverfahren: Offset (Klebebindung)

Druckfähige PDF-Dateien (bei Anschnittanzeigen 3 mm Beschnittzugabe)

Offene Dateien: Dateien aus Programmen, die nicht zur Erzeugung von Druckunterlagen vorgesehen sind (z. B. Word, Excel, PowerPoint), können nur als Gestaltungsvorlage dienen.

Zur Vermeidung von Fehlern ist immer ein Kontroll-PDF, verbindlicher Ausdruck oder Proof erforderlich!

Farbraum: ausschließlich im CMYK-Modus. Für übermittelte RGB-Dateien garantieren wir kein gewünschtes Druckergebnis.

Bitte beachten Sie diese Vorgaben bei der Übermittlung von Daten an DVO Druck und Verlag Obermayer GmbH · Bahnhofstraße 33 · 86807 Buchloe
objekt@dvo-druckerei.de · Telefon: 0 82 41 / 50 08 15

Bilddateien für die Redaktion

Joachimstraße 5 · 40545 Düsseldorf · redaktion@objekt-verlag.de

Datenformate: alle gängigen Bilddatenformate (jpg, tiff, eps usw.)
Die Dateien müssen im Maßstab 1:1 eine Auflösung von 300 dpi haben.

Verlag: Objekt Verlag GmbH

Verantwortlich für Anzeigen:
Kathrin Famers

Postanschrift:
Joachimstraße 5, 40545 Düsseldorf
Postfach 111010, 40510 Düsseldorf
Telefon (02 11) 55 96 114
www.objekt-online.de
anzeigen@objekt-verlag.de

Erscheinungsweise:
monatlich (11-mal im Jahr)

Zahlungsbedingungen:
3% Skonto bei Vorauszahlung oder
spätestens 14 Tage nach Rechnungsdatum
ohne Abzug

Zahlungsmöglichkeiten:
Postbank Essen
IBAN: DE38 3601 0043 0063 2794 39
BIC: PBNKDEFF
Stadtsparkasse Düsseldorf
IBAN: DE45 3005 0110 1005 6237 21
BIC: DUSSEDDXXX

1. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige zu erledigen. Änderungen und Rücktritt von erteilten Aufträgen müssen dem Verlag mindestens zwei Tage vor Anzeigenschluss schriftlich mitgeteilt werden. Sie sind nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages möglich.
2. Die in der Anzeigenpreisliste verzeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Kalenderjahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt.
3. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zurückzuvorgüten. Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
4. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.
5. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag deutlich kenntlich gemacht.
6. Der Verlag behält sich vor, Aufträge für Anzeigen und Beihefter – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden. Beihefter-Aufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung durch den Verlag bindend. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen bzw. der Beihefter ist der Werbungtreibende verantwortlich. Kosten für Entwürfe, Reinzeichnungen und für die Herstellung von Druckunterlagen bzw. für Änderungen sind in den Anzeigenpreisen nicht enthalten. Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof können Farbabweichungen entstehen. Diese lösen keinen Preiserminderungsanspruch aus. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Grundlage hierfür ist die durchschnittliche Druckleistung nach dem jeweiligen Druckverfahren und der verwendeten Papierqualität. Bei farbigen Reproduktionen gelten geringfügige Abweichungen von den Originalen nicht als berechtigter Grund für eine Mängelrüge. Das gleiche gilt für den Vergleich zwischen Litho- und dem Auflagedruck.
8. Beanstandungen sind spätestens innerhalb 14 Tagen nach Belegeingang vorzubringen. Für Fehler aus telefonischen Übermittlungen jeder Art übernimmt der Verlag keine Haftung.
9. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, ist die Rechnung innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart wurde.
10. Bei Zahlungsverzug oder Stundung des Rechnungsbetrages werden Zinsen sowie etwa entstehende 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 Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Bei Vorliegen eines wichtigen Grundes 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 von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.
11. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 4 Wochen nach Erscheinen der letzten Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
12. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zum Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet. Ansprüche wegen Nichtaushändigung derartiger Zuschriften sind ausgeschlossen.
13. Bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte wendet der Verlag die geschäftsübliche Sorgfalt an. Er haftet aber nicht, wenn er von dem Auftraggeber irreführt oder getäuscht wird.
14. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und zur Leistung von Schadenersatz.
15. Für nicht veröffentlichte oder zu bestimmten Terminen nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen wird kein Schadenersatz geleistet.
16. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist Düsseldorf, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.

1. Werbeauftrag

„Werbeauftrag“ ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel eines Werbungtreibenden als Auftraggeber (im folgenden „AG“) in digitalen Medien des Verlages/Vermarkters (im folgenden „Verlag“) zum Zwecke der Verbreitung des Werbemittels. Die AGB des AG gelten nicht, auch wenn der Verlag ihnen nicht explizit widerspricht (s. auch Ziffer 20.1.). Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die jeweils aktuellen Preislisten und technischen Werbemittel-Spezifikationen.

2. Werbemittel

2.1. Ein Werbemittel kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild oder Text, aus Tonfolgen und Bewegtbildern,
- aus einem Link, der nach Anklicken eine Verbindung zu einer vom AG genannten Internet-Adresse herstellt, die im Bereich des AGs oder eines Dritten liegen.

2.2. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden kenntlich gemacht.

2.3. Für die Veröffentlichung von Werbemitteln kommen grundsätzlich die Formate infrage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderwerbeformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch den Verlag möglich.

3. Vertragsschluss und Buchungskonditionen

3.1. Ein Vertrag über Werbemittel kann geschlossen werden pro einzeltem Werbemittel oder für eine Anzahl von Werbemitteln. Im Rahmen dieser Verträge können feste Termine für einzelne Veröffentlichungen vereinbart werden, es ist aber auch möglich, die einzelnen Aufträge über einen Zeitraum auf Abruf abzuwickeln, vgl. dazu Ziffer 4.

3.2. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich zustande durch:

- das Angebot zum Vertragsschluss durch den AG in Textform
- und die Annahme des Auftrages durch die Auftragsbestätigung des Verlages in Textform oder durch Veröffentlichung des Werbemittels. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen sind rechtlich unverbindlich.

3.3. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, d.h. die Werbeagentur ist selbst Vertragspartner des Verlages nach diesen AGB. Aufträge von Werbeagenturen werden nur für namentlich bezeichnete und identifizierbare Werbungtreibende angenommen. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur den Mandatsnachweis im Original zu verlangen und sich auch den Status als Agentur nachweisen zu lassen.

3.4. Die Abrechnung erfolgt auf Basis der Preisliste bzw. Verlagsberechnung.

4. Abwicklungsfrist

4.1. Soweit ein Vertrag über eine Anzahl von Werbemitteln geschlossen wird, sind diese innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss zur Veröffentlichung abzurufen. Ist im Rahmen eines Vertrages das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der gesamte Auftrag innerhalb eines

Jahres seit Veröffentlichung des ersten Werbemittels abzuwickeln, sofern das erste Werbemittel innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wurde.

Wird die Einjahresfrist von Satz 1 oder Satz 2 nicht eingehalten, so ist der AG verpflichtet, dem Verlag den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten, vorbehaltlich weiterer Rechtspflichten, s. Ziffer 15.6.

4.2. Wechselt der AG 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 widerspruchslosen weiteren Abwicklung des Abschlusses mit der neuen Agentur.

5. Terminverschiebung

Die Verschiebung eines vereinbarten Kampagnenstarts ist nur in Textform möglich bis fünf Werktage bis 14:00 Uhr vor dem zunächst vereinbarten Veröffentlichungstermin und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Verfügbarkeiten. Für den neuen Insertionszeitpunkt gelten die jeweiligen aktuellen Konditionen und Preise, die im Internet veröffentlicht sind.

6. Auftragserweiterung

Im Rahmen von Verträgen über Werbemittel ist der AG berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist und unter dem Vorbehalt vorhandener Verfügbarkeiten, auch über die im jeweiligen Vertrag genannte Menge hinaus, weitere Werbemittel in Textform abzurufen, vorbehaltlich der Bestätigung durch den Verlag in Textform.

7. Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich in Textform bis spätestens zwei Wochen vor der vereinbarten Veröffentlichung des Werbemittels. Eine fernmündliche oder mündliche Stornierung ist nicht möglich.

8. Veröffentlichungszeitraum, Platzierungsangaben sowie Rotation

8.1. Der Veröffentlichungszeitraum bestimmt sich individuell nach dem gebuchten Zeitraum.

8.2. Ein Anspruch auf eine Platzierung des Werbemittels in einer bestimmten Position auf dem jeweiligen digitalen Medium besteht nicht. Die Platzierung des Werbemittels wird vom AG und dem Verlag einvernehmlich vorgenommen. Ist dieses nicht herstellbar, entscheidet der Verlag nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des AG. Hat der AG keinen Platzierungswunsch für das Werbemittel auf dem von ihm gebuchten digitalen Medium geäußert, ist die Bestätigung des Verlages – mit dem im Auftrag angegebenen Umfang – maßgeblich.

8.3. Werden mehrere Werbemittel für eine Buchung geliefert, lässt der Verlag diese standardmäßig rotieren, es sei denn der AG hat dem Verlag in einem Motivplan angegeben, wann welches Werbemittel zu veröffentlichen ist.

9. Bereitstellung des Werbemittels

9.1. Der AG ist verpflichtet zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motivpläne) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten ersten Veröffentlichungs-Termin an den Verlag per E-Mail. Für Sonderwerbeformen gilt eine Frist von zehn Werktagen.

9.2. Etwaige Abweichungen sind mit dem Verlag unverzüglich in Textform abzustimmen. Das Vorstehende gilt sinngemäß auch für die vom AG genannten Adressen, auf die das Werbemittel verweisen soll.

9.3. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel fordert der Verlag Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen.

9.4. Will der AG nach Ablauf der vorstehenden Fristen Werbemittel austauschen oder verändern oder von einem evtl. bestehenden Motivplan abweichen, wird der Verlag prüfen, ob diese Änderungen bzgl. des ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermins noch vorgenommen werden können. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

9.5. Die Anzahl der gelieferten Werbemittel bzw. der Motivtausch Anfragen muss zur gebuchten Medialeistung in einem angemessenen Verhältnis unter Berücksichtigung der Branchenüblichkeit stehen; die Beurteilung der Verhältnismäßigkeit obliegt dem Verlag. Er wird den AG informieren, wenn und soweit eine Unverhältnismäßigkeit festzustellen ist.

9.6. Der Verlag übernimmt für das gelieferte Werbemittel sowie weitere Materialien keine Verantwortung und ist nicht verpflichtet, diese an den AG zurückzuliefern. Der Verlag ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Werbemittel zeitlich unbegrenzt zu archivieren.

9.7. Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterbliebener Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel nicht durchgeführt werden kann und der Verlag trotz angemessener Bemühungen keine Ersatzbuchung eines Dritten beibringen kann, ist der AG zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

10. Ablehnungsbefugnis, Zurückziehen sowie Unterbrechung der Werbemittelveröffentlichung

10.1. Werbeaufträge sind für den Verlag bis zur Vorlage des Werbemittels durch den AG und seiner Billigung durch den Verlag kündbar. Der Verlag behält sich zudem vor, Werbemittel im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Rechte Dritter, gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Form, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Qualität unzumutbar ist oder
- das Werbemittel Werbung für Dritte enthält.

10.2. Werbemittel, 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 Verbandsaufschlages gemäß Preisliste. Die Vertragskündigung nach Satz 1 oder die Ablehnung einer Anzeige nach Satz 2 wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

10.3. Der Verlag ist berechtigt, die Veröffentlichung des Werbemittels vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der Hyperlink im Werbemittel verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen oder Verfügungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei

denn, diese ist offensichtlich unbegründet. Der AG wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Der Verlag kann dem AG anbieten, das Werbemittel durch ein alternatives Werbemittel und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen unter Wahrung der Fristen gem. Ziffer 9.1. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem AG nach Nachweis durch den Verlag in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt dem Verlag. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

10.4. Der Verlag ist insbesondere berechtigt, ein bereits veröffentlichtes Werbemittel gänzlich zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unabgesprochene Änderungen der Inhalte des Werbemittels vornimmt oder die URL der Verlinkung ändert oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist. In diesem Fall steht dem AG keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis zu, wobei der Verlag seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

11. Rechteeinräumung und -gewährleistung, Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen

11.1. Der AG überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art erforderlichen Urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen 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. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

11.2. Die rechtliche Verantwortung, insbesondere die wettbewerbsrechtliche Verantwortung für den Inhalt sämtlicher bereitgestellter Werbemittel, trägt ausschließlich der AG. Er ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und gewährleistet, dass durch den Inhalt der jeweiligen Werbemittel keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Er gewährleistet, im Rahmen der Vertragsbeziehung keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu verbreiten oder auf diese Bezug zu nehmen.

11.3. Der AG sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der AG stellt den Verlag auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, Urheberrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die bei der notwendigen Rechteverteidigung gegenüber Dritten entstehenden Kosten. Der AG ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechteverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Verlag wird den AG über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter informieren.

12. Gewährleistung und Haftung

12.1. Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem AG ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- oder Hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienstleisters oder
- wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Verlag oder anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder Leitungsausfall oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache

12.2. Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechners des AGs sowie der Kommunikationswege vom AG zu den Servern des Verlages entstehen.

12.3. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des AG nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung oder einer Verlängerung des Insertionszeitraumes entfällt die Zahlungspflicht des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

12.4. Sollte die vom Verlag zugesagte Medialeistung am Ende des Veröffentlichungszeitraums nicht erreicht sein, steht dem AG eine Ausgleichsbuchung zu. Mit Ablauf der ursprünglichen Schaltdauer gilt das Werk als vollendet im Sinne von § 646 BGB.

12.5. Bei vom Verlag zu vertretender ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder auf Schaltung eines Ersatzwerbemittels, jedoch nur in dem Umfang der Beeinträchtigung. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Verlängerung des Veröffentlichungszeitraumes bzw. der Veröffentlichung eines Ersatzwerbemittels hat der AG ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages in Bezug auf den Anteil der noch nicht erbrachten Medialeistung; im Übrigen ist ein Rücktrittsrecht ausgeschlossen.

12.6. Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt der Verlag nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit. Gefahrübergang ist mit Eingang des Werbemittels auf einem der Server des Verlages.

12.7. Der Verlag wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellstmöglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen.

12.8. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung.

12.9. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag bestehen nur

- bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft;
- in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug oder aus Unmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu

rechnen war, jedoch nicht für irgendwelche besonderen, zufällig entstandenen oder indirekten Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren und vom AG nicht beherrschbaren Schaden begrenzt. Soweit eine Kardinalspflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet der Verlag höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die er für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

12.10. Die Haftung für Schäden wegen der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt.

12.11. Auf Mängel können Schadensersatzansprüche des AGs nur gestützt werden, soweit sie vom Verlag gem. §§ 276, 278 BGB zu vertreten sind.

12.12. Der Verlag übernimmt, abgesehen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, für Speicherausfall, Unterbrechung, evtl. Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung bei der Kommunikation.

12.13. Der AG haftet für alle Folgen und Nachteile, die dem Verlag durch die missbräuchliche oder rechtswidrige Verwendung der Dienste oder dadurch entstehen, dass der AG seinen sonstigen Obliegenheiten nach diesen AGB nicht nachkommt.

12.14. Die vorstehenden Ziffern erstrecken sich auch auf die organschaftlich oder vertraglich bestimmten Vertreter des Verlages sowie auf ihre Erfüllungsgehilfen.

12.15. Soweit der Verlag zum Schadensersatz verpflichtet ist, hat er den AG so zu stellen, als ob der Vertrag nicht geschlossen worden wäre (sog. negatives Interesse); Schadensersatz wegen Nichterfüllung ist ausgeschlossen.

12.16. 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.

13. Mängelrüge

Bei beiderseitigen Handelsgeschäften hat der AG das geschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist bei derartigen Handelsgeschäften beginnt bei offenen Mängeln mit der Schaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der AG die Mängelrüge, so gilt die Schaltung des Werbemittels als genehmigt.

14. Vergütung und Preisliste

14.1. Die Vergütung der Leistung des Verlages richtet sich grundsätzlich nach der im Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils gültigen Preisliste, die jeweils im Internet veröffentlicht ist.

14.2. Die Nettopreise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

14.3. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten.

15. Zahlungsbedingungen

Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

16. Zahlungsverzug

16.1. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für noch ausstehende Schaltungen Vorauszahlung verlangen. Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des AG berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Vertrages, die Veröffentlichung weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16.2. Bei Werbeaufträgen einer Werbeagentur tritt diese mit Zustandekommen des Vertrages ihre dementsprechenden Zahlungsansprüche 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 30 Tage in Verzug befindet.

17. Außerordentliche Kündigung

Der Verlag ist zur schriftlichen außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn

- der AG seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist,
- der AG in der Vergangenheit bereits einmal das Werbemittel bzw. die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat,
- der AG trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt,
- der AG ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot des Verlages zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt.

Im Falle der außerordentlichen Kündigung kann der Verlag mit sofortiger Wirkung die Veröffentlichung des oder der Werbemittel absetzen. Im Falle einer außerordentlichen Kündigung seitens des Verlages hat der AG, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten Rabatt und dem Rabatt, wie er sich nach erfolgter Kündigung bezogen auf die tatsächlich erfolgte Veröffentlichung des oder der Werbemittel errechnet, an den Verlag zu erstatten.

18. Datenschutz

18.1. Der AG wird hiermit gemäß Telemediengesetz (TMG), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen wie beispielsweise die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) davon unterrichtet, dass die von ihm im Rahmen des Werbeauftrags angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG diese angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzung erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.

18.2. Der Verlag ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des AG bzw. des Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu

verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um dem AG die Schaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen des Verlages zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Ferner ist der Verlag berechtigt, auf diese zur Erhaltung seiner Betriebsfähigkeit zuzugreifen. Der Verlag gewährleistet die vertrauliche Behandlung dieser Daten.

18.3. Der AG kann jederzeit – nach schriftlicher Anfrage – die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten unentgeltlich beim Verlag einsehen.

18.4. Der Verlag verpflichtet sich seinerseits zur Einhaltung sämtlicher einschlägiger datenschutzrechtlicher Vorschriften.

19. Gerichtsstand und anwendbares Recht

19.1. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

19.2. 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. Sämtliche Rechtsbeziehungen aus diesem Vertrag unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

19.3. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des AG zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

20. Schlussbestimmungen

20.1. Die Gültigkeit etwaiger AGB des AG – die der Verlag vor oder nach Vertragsschluss vom AG übersandt oder auf andere Weise zur Verfügung gestellt werden oder auf die sich der AG bezieht – ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen oder der Verlag den anderen AGB nicht zugestimmt hat, ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Verlages nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten.

20.2. Der Verlag behält sich eine jederzeitige Änderung der AGB sowie Preisliste vor. 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 innerhalb von 10 Werktagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden muss.

20.3. Änderungen und Ergänzungen dieser AGB einschließlich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.

20.4. 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 nahekommt.

20.5. Die Regelung in diesen AGB gehen im Konfliktfalle den Regelungen in den Preislisten, Rabattstaffeln, den Targeting-Kriterien etc. vor.