

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Publikationen von Ampersand Publishing – Verlag

1. Werbeauftrag

Werbefauftrag ist der Vertrag zwischen dem Verlag, Ampersand Publishing (nachfolgend mit „Verlag“ bezeichnet) und einem Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend „Auftraggeber“) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbemittel in einer Druckzeitschrift und/oder im Internet zum Zwecke der Verbreitung oder öffentlichen Zugänglichkeit. Für den Werbeauftrag und jeden Folgeauftrag gelten ausschließlich die jeweils aktuell vorliegenden Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“) sowie die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Abweichende AGB des Auftraggebers werden auch dann nicht Vertragsbestandteil, wenn wir ihnen nicht ausdrücklich widersprechen. Für den Fall, dass bei Onlineveröffentlichungen individuelle Vereinbarungen getroffen werden, werden diese in der jeweiligen Auftragsbestätigung schriftlich übermittelt. Im Übrigen gelten die AGB.

2. Beilagenaufträge

Diese AGB gelten sinngemäß auch für Beilagenaufträge. Beilagenaufträge werden grundsätzlich von dem Verlag erst nach Vorlage und Prüfung eines Musters angenommen. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Bestandteils der Druckschrift erwecken, werden nicht angenommen.

3. Vertragsabschluss

Aufträge für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Vertrag kommt durch die Auftragsbestätigung des Verlages zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarung zwischen Verlag und Auftraggeber schriftlich oder per E-Mail erfolgt. Mündliche, fernmündliche und elektronische Aufträge gelten in der vom Verlag schriftlich bestätigten Fassung als vereinbart, soweit der Auftraggeber nicht unverzüglich, spätestens aber innerhalb von drei Werktagen widerspricht. Für sämtliche Aufträge gelten ausschließlich diese AGB. Die Einbeziehung allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers wird hiermit ausdrücklich ausgeschlossen; dies gilt auch für eine stillschweigende Einbeziehung.

4. Abruf

Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf der Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstige Werbemittel zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen.

5. Textteil-Anzeigen

Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den redaktionellen Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.

6. Ablehnung von Aufträgen

(1) Der Verlag ist berechtigt, Auftragsaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, abzulehnen. Dies gilt insbesondere für Auftragsaufträge deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werbe- bzw. Presserat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für die Agentur wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen

Bestandteils der Druckschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten.

(2) Der Verlag wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte erklären. Insbesondere kann der Verlag ein bereits online veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des online veröffentlichten Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch unter anderem die Voraussetzungen der Ziffer 6 Absatz 1 erfüllt werden.

7. Anzeigenschluss und Erscheinungstermine

Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine und Erscheinungstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.

8. Kündigung von Aufträgen / Höhere Gewalt

(1) Auftragsaufträge können nur schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, gekündigt werden. Die Stornierung der Anzeige ist bis zum Anzeigenschluss möglich und muss schriftlich beim Verlag erfolgen.

(2) Im Falle einer wirksamen Stornierung werden dem Auftraggeber 20% des Anzeigenpreises als Pauschale Aufwandsvergütung berechnet. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

(3) Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen, illegalem Arbeitskämpf, rechtswidrige Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeine Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient von der Verpflichtung zur Auftragsbefüllung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

9. Platzierung von Anzeigen

Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Publikation veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax oder E-Mail, vereinbart wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik abgedruckt. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen. Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag diese Anzeige zum gleichen Preis in einer Ausgabe mit gleichem oder größerem Verbreitungsgebiet veröffentlichen.

10. Abruf eines Auftrages

Ist ein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsschluss (Erscheinungszeitraum) abzurufen. Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität berechtigt, in dem vereinbarten bzw. dem in Satz 1 und 2 genannten Erscheinungsraum auch über den Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus gemäß Preisliste weitere Anzeigen abzurufen.

11. Druckunterlagen

Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind dem jeweils zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gültigen Preisblatt der Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und fehlerfreier Druckunterlagen oder der Beilagen, Beihefter, Beikleber etc. ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Sind etwaige Mängel an angelieferten Drucksachen, wie Beihefter, Beikleber etc. nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet 3 Monate nach Veröffentlichung der Anzeige.

Darüber hinaus gelten die zusätzlichen Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigendruckvorlagen gem. Ziffer 26 digitale Übermittlung dieser AGB.

12. Abdruckhöhe von Anzeigen

Sind keine besonderen Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

13. Redaktionell gestaltete Anzeigen/Textteilanzeigen

Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche erkennbar sind, deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen. Textteilanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden.

14. Haftung für den Inhalt der Anzeige

Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen Urheberrechts-, Persönlichkeitsrechts-, oder anderer Schutzrechtsverletzungen vollständig frei einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Auftragsauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z.B. zum Abdruck einer Gegendarstellung zu einer Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber entstehende Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

15. Probeabzüge und Fehlerkorrekturen

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der von ihm gesetzten Frist mitgeteilt werden, andernfalls gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der korrigierten Probeabzüge.

16. Anzeigenbeleg

Der Verlag liefert mit der Rechnung ein Belegexemplar der Publikation. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Belegexemplare werden nur bei kostenpflichtigen Anzeigen geliefert.

17. Anzeigenrechnungen

(1) Anzeigenrechnungen sind innerhalb der auf der Rechnung angegebenen Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche Rechnungen bzw. Nachberechnungen zu sofortigen Zahlung fällig.

(2) Bei Stundung oder Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend §288 BGB berechnet.

Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend eines ursprünglich vereinbarten Zahlungsziels von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.

(3) Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland erfolgt die Zahlung und Abwicklung nach diesen Geschäftsbedingungen. Ein ausländischer Kunde muss seine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-ID-Nr.) oder seinen Unternehmensnachweis oder seine Befreiung von der deutschen Umsatzsteuer zusammen mit dem Werbeauftrag vorlegen. Ist der Werbeauftrag nicht mehrwertsteuerpflichtig, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung.

Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Mehrwertsteuerpflicht der Anzeige bejaht.

18. Satzkosten

Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

19. Rubrikpreise

Anzeigen werden von dem Verlag nach ihrem inhaltlichen Sinngehalt rubriziert. Wird eine Anzeige durch den Auftraggeber für eine hiervon abweichende Rubrik in Auftrag gegeben, so gilt dennoch der Preis, den die Anzeige bei korrekter Platzierung gekostet hätte. Ist der Preis der vom Auftraggeber gewünschten Rubrik höher als der Preis bei korrekter Platzierung, so gilt der erhöhte Preis.

20. Abweichende Preise

Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.

21. Rabattzusammenschlüsse

Für die Gewährung eines Rabattzusammenschlusses für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Der Verlag gewährt Rabattzusammenschlüsse nur bei privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen. Rabattzusammenschlüsse sind insbesondere nicht möglich für selbständige hoheitliche Organisationen oder Körperschaften des öffentlichen Rechts.

22. Gewährleistung

Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von

Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

23. Haftung

Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzug, der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei Vorsatz oder wenn das den Schaden auslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde. Alle Schadensersatzansprüche gegen die Agentur verjähren in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung. Resultieren die Schadensersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsbegrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit. Soweit die Haftung des Verlages ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

24. Zusätzliche Besonderheiten für die Veröffentlichung eines Werbemittels im Internet:

(1) Datenlieferung:

Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße dem Format oder technische Vorgaben des Verlages entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungen anzuliefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel-Unterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

(2) Rechteübertragung:

Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderliche urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

(3) Gewährleistung des Verlags

Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen ein möglichst dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder -hardware oder -Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglichen vereinbarten Schaltung andauert. Bei Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weiter Ansprüche sind ausgeschlossen. Bei ungenügender Wiedergabe-Qualität des Werbemittels, die keinen unwesentlichen Fehler darstellt, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rücktritt vom Vertrag. Sind etwaige Mängel bei den Werbeunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei darauf beruhender ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

25. Werbeagenturen

Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Auftraggebern an die Preisliste des Verlages zu halten. Die von dem Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kunden netto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision wird nicht auf Privatpreise gewährt. Sie wird nur an von dem Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Vorlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt.

26. Speicherung von Kundendaten/Datenschutz

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Bestimmungen des Datenschutzes.

27. Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigendruckvorlagen

Werden Druckvorlagen digital, also durch Digitalträger (z.B. CD-ROM, Cartridges) direkt oder indirekt per Fernübertragung (z.B. E-Mail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

(1) Dateiformat:

Druckvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, also mit solchen Dateien, die die Agentur inhaltlich nicht ändern kann. Die Agentur haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung

von Anzeigen, die mit offenen Dateien (z.B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden.

(2) Zusammengehörende Dateien

Zusammengehörende Dateien sind vom Kunden in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.

(3) Farbanzeigen

Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof- bzw. Messprotokoll vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.

(4) Computerviren

Der Auftraggeber haftet dafür, dass übermittelte Dateien frei von Viren sind. Dateien mit Viren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich Ersatzansprüche vor, wenn die Viren Schäden verursachen.

(5) Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung

Beachtet der Kunde diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dieses gilt auch, wenn der Auftraggeber sonstige Regelungen dieser AGB nicht beachtet.

(6) Datenträger

An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-ROM mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und für eine Versandgebühr von € 5,- an den Kunden auf dessen Risiko zurückgeschickt.

28. Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die Abwicklung von Prospektbeilagen:

Beilagen sind unverpackt (lose) oder mit Papierbanderole gebündelt, max. einmal verschränkt, auf Palette oder in Einwegcontainer oder evtl. mit Zwischenkartons anzuliefern. Zu erhöhtem Arbeitsaufwand und Mehrkosten führen eingeschweißte Pakete, in Kartons verpackte Beilagen, mehrfach verschränkte und gebündelte Beilagen, ver-rutschte Beilagen, verknickte Beilagen oder verformt Beilagen. Bei Mehraufwand werden die Selbstkosten umgehend mitgeteilt und in Rechnung gestellt. Die generelle maschinelle Verarbeitbarkeit muss im Zweifelsfall vorab durch eine Bemusterung stattfinden.

29. Schlussbestimmungen

Erfüllungsort ist Timmendorfer Strand als Sitz des Verlages. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist der Sitz des Verlages. Änderungen und Ergänzungen zum jeweiligen Auftrag bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Textform. Sollten einzelne Bestimmungen unwirksam sein oder werden, wird dadurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt.

Die Parteien werden die unwirksame Bestimmung durch eine solche ersetzen, die dem Sinn und Zweck der ursprünglichen Bestimmung entspricht.

Der Vertragspartner verpflichtet sich, über sämtliche Verträge, deren Inhalt und Leistungen sowie die im Zusammenhang mit deren Erfüllung von dem Verlag erlangten Informationen Stillschweigen zu bewahren.