

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen/Werbemittel in Zeitschriften und Online-Medien

I. Allgemeine Bedingungen

1. Geltungsbereich

1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten in ihrer zum Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Fassung für alle Geschäftsbeziehungen zwischen der atlas Verlag GmbH (Verlag) und dem Auftraggeber.

1.2 Abweichende AGB des Auftraggebers gelten nicht, auch dann nicht, wenn Ihnen nicht ausdrücklich widersprochen wurde.

2. Begriffsbestimmungen

2.1 „Werbemittel“ sind alle Werbematerialien, die der Auftraggeber dem Verlag zur Veröffentlichung übermittleit bzw. sonst zur Verfügung stellt.

2.2 „Auftraggeber“ ist diejenige natürliche oder juristische Person, die den Auftrag zur Werbemittelveröffentlichung erteilt. Eine gemeinsame Rabattierung für konzernverbundene Unternehmen setzt den vorherigen schriftlichen Nachweis des Konzernverbands voraus, das heißt einer kapitalmäßigen Beteiligung von mindestens 50%, sowie die ausdrückliche schriftliche Zustimmung des Verlags.

3. Vertragsabschluss

3.1 Der Vertrag über die Veröffentlichung des Werbemittels kommt durch die Bestätigung des Verlags in Textform zustande bzw. durch die Veröffentlichung des Werbemittels, im Fall eines verbindlichen Angebots durch den Verlag jedoch durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers.

3.2 Soweit der Auftraggeber eine Agentur ist, kommt der Vertrag vorbehaltlich abweichender Vereinbarung mit der Agentur zustande. Der Verlag hat das Recht, eine Bestätigung auch dem Auftraggeber der Agentur zu übermitteln.

3.3 Auftragserteilung und Auftragsbestätigung können auch über das OBS-Online-Buchungssystem erfolgen (vgl. Informationen unter www.obs-portal.de).

3.4 Aufträge für Werbemittel, die ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen veröffentlicht werden sollen, müssen dem Verlag so rechtzeitig zugehen, dass der Verlag dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss die Ausführbarkeit bestätigen kann. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht.

3.5 Eine gemeinsame Rabattierung von Seiten-Werbemittel und Millimeter-Werbemittel ist ausgeschlossen.

3.6 Ein Ausschluss von Werbemittelveröffentlichungen der Konkurrenz des Auftraggebers setzt eine gesonderte ausdrückliche Zusage des Verlags voraus.

4. Übermittlung der Werbemittel

4.1 Der Auftraggeber übermittleit die Werbemittel in digitaler Form. Für deren Rechtzeitigkeit und Eignung zur Veröffentlichung ist der Auftraggeber allein verantwortlich. Will der Auftraggeber Farbabweichungen vermeiden, muss er dem Verlag zugleich einen Farbproof auf Papier übermitteln.

4.2 Vorbehaltlich einer abweichenden Vereinbarung erfolgt die Übermittlung digitaler Formate über das DUON-Portal (www.duon-portal.de).

4.3 Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder von diesem zu vertretende Änderungen trägt der Auftraggeber.

4.4 Belegen für Zeitschriften müssen spätestens 14 Tage vor dem Belegtermin beim Verlag vorliegen.

5. Ablehnungsrecht des Verlags

5.1 Der Verlag hat das Recht, die Veröffentlichung von Werbemitteln abzulehnen. Dies gilt insbesondere, soweit die Werbemittel gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstoßen, ihr Inhalt durch den Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, ihre Veröffentlichung wegen ihres Inhalts, ihrer Gestaltung, ihrer Herkunft oder ihrer technischen Form Rechte Dritter oder die Interessen des Verlags beeinträchtigt oder verletzt, bzw. die Veröffentlichung dem Verlag aus sonstigen Gründen unzumutbar ist.

5.2 Werbemittel, welche Werbung Dritter bzw. für Dritte enthalten (Verbundwerbung), setzen eine vorherige gesonderte ausdrückliche Bestätigung des Verlags voraus.

6. Veröffentlichung der Werbemittel

6.1 Die Veröffentlichung zu bestimmten Terminen bzw. an bestimmten Plätzen setzt eine gesonderte ausdrückliche Vereinbarung voraus. Entsprechende Aufträge müssen dem Verlag so rechtzeitig zugehen, dass diesem noch vor Anzeigenschluss die Prüfung und Mitteilung über die Ausführbarkeit an den Auftraggeber möglich ist.

6.2 Ohne gesonderte Vereinbarung ist der Verlag berechtigt, jedoch nicht dazu verpflichtet, die Werbemittel in elektronischen Ausgaben zu veröffentlichen. 6.3 Für die Veröffentlichung in elektronischen Ausgaben ist der Verlag zur Anpassung der Werbemittel an die jeweiligen Erfordernisse der elektronischen Ausgaben anzupassen, einschließlich der Wahl äquivalenter Platzierungen. Falls der Auftraggeber Abweichungen ausschließen will, obliegt ihm die Anforderung der dafür nötigen Spezifikationen beim Verlag.

6.4 Im Zweifel legt der Verlag die Größe der Veröffentlichung nach billigem Ermessen fest.

7. Rechteerräumung

Mit der Übermittlung räumt der Auftraggeber dem Verlag das einfache, räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkte Recht ein, die Werbemittel – einschließlich geschützter Kennzeichen wie Logos und Marken – vollständig bzw. in Teilen in körperlicher und unkörperlicher Form auf alle Nutzungsarten zu nutzen. Diese Rechteerräumung umfasst insbesondere das an den Zweck der Veröffentlichung durch den Verlag gebundene Recht, die Werbemittel vollständig bzw. teilweise zu bearbeiten, sie zu vervielfältigen, zu verbreiten bzw. im Internet auf den Webseiten des Verlags öffentlich wieder zu geben, jeweils unter Einschluss der Nutzung zu Werbezwecken für die Veröffentlichung durch den Verlag und der zeitlich unbegrenzten Archivierung bzw. öffentlichen Wiedergabe aus dem Archiv des Verlags (Bearbeitungs-, Vervielfältigungs- und Verbreitungsrecht sowie Recht der öffentlichen Zugänglichmachung).

8. Haftung des Auftraggebers

8.1 Der Auftraggeber versichert und steht mit der Übermittlung der Werbemittel – gleich welcher Form bzw. gleich welchen Inhalts – dafür ein, dass diese nicht gegen geltendes Recht, gesetzliche oder behördliche Verbote bzw. gegen die guten Sitten verstoßen, keine Rechte Dritter verletzen, nicht pornografisch, beleidigend, bedrohend, belästigend, vulgär, rassistisch, sonst diskriminierend oder in anderer Weise anstößig sind, keine geltenden Jugendschutzvorschriften verletzen bzw. nicht als Missbrauch zu werten sind.

8.2 Insbesondere versichert und steht der Auftraggeber mit der Übermittlung der Werbemittel dafür ein, dass er über diese, vor allem im Umfang der Rechteerräumung gemäß Ziffer 7, frei gegenüber dem Verlag verfügen kann und die Werbemittel keine Rechte Dritter, insbesondere das Recht an eigenen Bild, das Persönlichkeitsrecht (z.B. Namensrecht), das Zeichenrecht (z.B. Markenrecht), sonstige gewerbliche Schutzrechte und/oder das Urheber- bzw. Leistungsschutzrecht, beeinträchtigen oder verletzen.

8.3 Der Auftraggeber sichert zu, dass er Werbemittel, welche dem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung des Verlags entsprechen, bzw. redaktionell gestaltete Werbemittel hinreichend mit dem Wort „Anzeige“ kennzeichnet.

8.4 Für den Fall, dass der Auftraggeber wegen eines Werbemittels bereits abgemahnt wurde bzw. wird, und für den Fall, dass der Auftraggeber eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bereits abgegeben hat bzw. abgibt, informiert der Auftraggeber den Verlag hierüber unverzüglich. Unterlässt der Auftraggeber dies, haftet der Verlag dem Auftraggeber nicht für die Veröffentlichung des betreffenden Werbemittels bzw. den daraus entstehenden Schaden.

8.5. Der Auftraggeber versichert, dass die durch ihn an den Verlag übermittelten Dateien frei von Computerviren sind und er zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einsetzt, die jeweils dem neuesten technischen Stand entsprechen. Sollte der Verlag eine entsprechende Schadensquelle feststellen, ist der Verlag dazu berechtigt, diese Datei nicht zu nutzen bzw. zu löschen, ohne dass der Auftraggeber in diesem Zusammenhang gegen den Verlag irgendwelche Ansprüche – insbesondere Schadensersatzansprüche – geltend machen könnte, hat der Verlag gleichwohl Anspruch auf die volle Vergütung.

8.6. Für den Fall, dass der Auftraggeber gegen die in den vorstehenden Ziffern genannten Versicherungen bzw. Verpflichtungen verstößt, insbesondere für den Fall, dass Dritte gegen den Verlag im Sinne der vorstehenden Ziffern Rechte geltend machen, stellt der Auftraggeber dem Verlag – einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung bzw. der für die Beseitigung eines Schadens nötigen Kosten – vollumfänglich frei.

8.7. Für den Fall, dass der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt und der Auftrag dadurch nicht bzw. nicht richtig erfüllt wird, hat der Verlag seinen Anspruch auf die volle Vergütung gleichwohl. Eine Verletzung von Mitwirkungspflichten liegt insbesondere vor, wenn der Auftraggeber dem Verlag die Werbemittel nicht rechtzeitig, nicht vollständig, nicht mangelfrei bzw. nicht richtig gekennzeichnet übermittleit.

9. Haftung des Verlags

9.1. Die Haftung des Verlags ist bei leichtfahrlässigen Pflichtverletzungen ausgeschlossen, sofern diese Pflichtverletzungen keine vertragswesentlichen Pflichten oder Leben, Gesundheit oder Körper oder Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz betreffen. Dies gilt entsprechend auch für Pflichtverletzungen durch Mitarbeiter bzw. Erfüllungsgehilfen des Verlags.

9.2. Mit Maßgabe der vorstehenden Ziffer übernimmt der Verlag insbesondere keine Haftung für die von dem Auftraggeber übermittelten Werbemittel bzw. deren Inhalte, vor allem die Vollständigkeit bzw. inhaltliche Richtigkeit dieser Inhalte, im Übrigen auch keine Haftung für Nachteile, welche dem Auftraggeber aus einer zeitweiligen Unerrreichbarkeit, aus dem Verlust von Daten bzw. aus ähnlichen technischen Problemen entstehen. Demgemäß ist der Verlag zur rechtlichen Überprüfung der Werbemittel nicht verpflichtet und eine Haftung des Verlags insbesondere ausgeschlossen für systembedingte Ausfälle, Unterbrechungen bzw. Störungen der Datenübertragung.

9.3. Mit den vorstehenden Maßgaben haftet der Verlag bei einfacher Fahrlässigkeit nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde, wobei in diesen Fällen die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt ist und insoweit eine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelgeschäden oder entgangenen Gewinn ausgeschlossen ist.

9.4. Mit Maßgabe der vorstehenden Ziffern verjähren sämtliche gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

10. Probeabzüge, Gewährleistung

10.1. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers geliefert. In diesem Fall ist der Auftraggeber für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge verantwortlich. Der Verlag berücksichtigt nur diejenigen Fehlerkorrekturen, welche ihm innerhalb der bei Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist durch den Auftraggeber mitgeteilt wurden.

10.2. Für eine Veröffentlichung stornierter Werbemittel stehen dem Auftraggeber gegen den Verlag keine Ansprüche zu.

10.3. Für den Fall, dass die Veröffentlichung des Werbemittels nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit entspricht, hat der Auftraggeber Anspruch auf entsprechende Zahlungsminderung oder einwandfreie Ersatzveröffentlichung, soweit der Zweck der Werbemittelveröffentlichung beeinträchtigt wurde. Eine Ersatzveröffentlichung kann der Verlag verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem großen Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder wenn diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre. Für den Fall, dass der Verlag eine ihm für die Ersatzveröffentlichung gesetzte angemessene Frist ungenutzt verstreichen lässt oder die Ersatzveröffentlichung wiederholt nicht mangelfrei ist, hat der Auftraggeber das Recht auf die Zahlungsminderung oder die Rückgängigmachung seines Auftrags. Bei unwesentlichen Mängeln der Veröffentlichung ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.

10.4. Farbabweichungen können jedoch keinen Gewährleistungsanspruch des Auftraggebers begründen, es sei denn, der Auftraggeber hat dem Verlag gemäß Ziffer 4.1. einen Farbproof auf Papier übermittleit.

10.5. Der Auftraggeber überprüft die Veröffentlichung des Werbemittels unverzüglich. Der Auftraggeber, der Kaufmann ist, muss Mängeltypen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Verlag geltend machen, andernfalls sind Mängelrechte ausgeschlossen, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel, für welche eine Frist von sechs Monaten gilt.

11. Vergütung, Zahlungsverzug

11.1. Soweit nicht im Einzelfall abweichendes vereinbart ist, muss der Auftraggeber die Rechnung innerhalb der ihm bestimmten Frist bezahlen.

11.2. Der Verlag behält sich vor, Vorauszahlung zu verlangen. Dies insbesondere für den Fall der erstmaligen Aufnahme einer Geschäftsverbindung mit dem Auftraggeber.

11.3. Auch während der Laufzeit eines Vertrages ist der Verlag berechtigt, die Veröffentlichung von Anzeigen ohne Rücksicht auf vereinbarte Veröffentlichungstermine von der Vorauszahlung bzw. vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen, falls der Verlag begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers hat.

11.4. Bei Zahlungsverzug des Auftraggebers schuldet dieser dem Verlag Verzugszinsen in Höhe von acht Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugschadens bleibt vorbehalten. Darüber hinaus hat der Verlag während des Verzugs das Recht, die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrags bzw. den Abschluss weiterer Aufträge bis zur Bezahlung offener Rechnungsbeträge zurückzubehalten bzw. für die restlichen Werbemittelveröffentlichungen Vorauszahlungen zu verlangen.

11.5. Die Aufrechnung bzw. Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts steht dem Auftraggeber nur zu, soweit der Gegenanspruch unbestritten und rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

12. Preise, Preisänderungen

12.1. Die Preisangaben erfolgen netto – alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer in der jeweils gesetzlich gültigen Höhe.

12.2. Der Verlag ist jederzeit dazu berechtigt, die Preise mit Wirkung für die Zukunft zu ändern.

12.3. Im Rahmen von Daueraufträgen werden Preisänderungen ohne ausdrücklich abweichende Vereinbarung sofort wirksam. Im Übrigen werden Preisänderungen wirksam, wenn der Verlag diese dem Auftraggeber mindestens einen Monat vor der Veröffentlichung mitgeteilt hat; in diesem Fall steht dem Auftraggeber das Recht zum Rücktritt vom Vertrag zu, welches innerhalb von 14 Tagen nach Zugang der Änderungsmitteilung in Textform ausübt werden kann.

13. Laufzeit

13.1. Der Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Laufzeit, ohne dass es einer Kündigung bedarf.

13.2. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn gegen den Verlag aufgrund einer Werbemittelveröffentlichung eine Abmahnung erfolgt bzw. eine einstweilige Verfügung erwirkt wird.

14. Einschaltung Dritter

Der Verlag hat das Recht, sich zur Erfüllung seiner Vertragspflichten Dritter zu bedienen.

15. Höhere Gewalt, Nachlasserstattung

15.1. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme oder dergleichen) hat der Verlag Anspruch auf die volle Bezahlung der Werbemittelveröffentlichung, wenn das jeweilige Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage durch den Verlag ausgeliefert wurde; bei geringeren Auslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in welchem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

15.2. Für den Fall, dass der Auftrag zur Veröffentlichung des Werbemittels aus Umständen nicht erfüllt wird, die beide Vertragsparteien nicht zu vertreten haben, zählt der Auftraggeber den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass an den Verlag. Weitergehende Rechtspflichten bleiben unberührt.

16. Vertraulichkeit, öffentliche Verlautbarungen, Datenschutz

16.1. Der Verlag ist berechtigt, den Inhalt des Anzeigenauftrags an die gemäß Ziffer 14 durch ihn eingeschalteten Dritten offen zu legen.

16.2. Im Übrigen behandeln die Vertragsparteien die Einzelheiten des Vertragsverhältnisses, insbesondere die Preise, Rabatte und sonstige Konditionen sowie Geschäftsgeheimnisse, streng vertraulich, so weit nicht abweichendes vereinbart wurde oder eine Offenlegung gerichtlich bzw. behördlich angeordnet wurde oder zur gerichtlichen Rechtsdurchsetzung bzw. Rechtsverteidigung erforderlich ist. Diese Verpflichtung besteht zeitlich unbegrenzt, auch über die Beendigung des Vertragsverhältnisses hinaus.

16.3. Öffentliche Verlautbarungen, insbesondere Presseerklärungen, über sämtliche Umstände der Geschäftsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber bedürfen der vorherigen ausdrücklichen Freigabe durch den Verlag.

16.4. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die jeweils gültigen gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz und zum Schutz des Fernmeldegeheimnisses einzuhalten und seine Mitarbeiter bzw. Erfüllungsgehilfen ebenfalls hierauf zu verpflichten.

17. Beleg über die Werbemittelveröffentlichung

Auf Wunsch liefert der Verlag mit der Rechnung einen Beleg über die Werbemittelveröffentlichung. Je nach Art und Umfang des Auftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten, Screenshots und vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung.

18. Schlussbestimmungen

18.1. Weitere Geschäftsbedingungen des Verlags gelten – nach Maßgabe der Ziffer 1.2. – gegebenenfalls ergänzend zu diesen AGB.

18.2. Änderungen der AGB durch den Verlag genehmigt der Auftraggeber, wenn er nicht innerhalb eines Monats ab Mitteilung über die Änderung dieser widerspricht. Im Übrigen bedürfen Änderungen bzw. Ergänzungen zu diesen AGB, einschließlich der Aufhebung dieses Erfordernisses, der Textform, soweit nicht die strengere Schriftform bestimmt ist.

18.3. Im Verkehr zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber ist der ausschließliche Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Ansprüche – soweit zulässig – das Amtsgericht München bzw. Landgericht München I.

18.4. Vertragsprache ist die Deutsche Sprache. Es gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

18.5. Sind bzw. werden einzelne Bestimmungen dieser AGB unwirksam und/oder nichtig, so bleibt die Gültigkeit der Bedingungen im Übrigen gleichwohl unberührt. Unwirksame und/oder nichtige Bestimmungen sollen so ersetzt werden, dass der angestrebte wirtschaftliche Zweck erreicht wird. Dies gilt entsprechend für die Ausfüllung von Lücken in den AGB.

II. Besondere Bedingungen für Online-Medien

1. Begriffsbestimmungen

„Werbemittel“ können aus Bild, Bewegtbild (z.B. Videofilm), Tonfolgen bzw. sensiblen Flächen bestehen, die bei Anklicken eine Verbindung zu einer vom Auftraggeber bestimmten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, bzw. aus einzelnen dieser Bestandteile.

2. Vertragsabschluss

2.1. Für den Fall, dass die Parteien ein Gesamtwerbevolumen vereinbaren, stimmt der Verlag die Größe und die Termine der Werbemittelveröffentlichung in Abhängigkeit von der Verfügbarkeit mit dem Auftraggeber ab. Im Zweifel trifft der Verlag diese Bestimmung nach billigem Ermessen.

2.2. Der Auftraggeber ist zur Aufrechterhaltung der Webseiten verpflichtet, auf welche aus dem Werbemittel verlinkt wird bzw. werden soll.

3. Veröffentlichung der Werbemittel

3.1. Soweit nichts Abweichendes vereinbart ist, hat der Verlag mit Bezug auf die Werbemittelveröffentlichung ein Schieberecht sowie das Recht, das Umfeld zur Werbemittelveröffentlichung, einschließlich der Seitenstruktur bzw. Beziehung, zu ändern, es sei denn, dies hat eine unangemessene Beeinträchtigung des mit der Werbemittelveröffentlichung verfolgten Zwecks zur Folge.

3.2. Soweit nichts Abweichendes vereinbart ist, veröffentlicht der Verlag das Werbemittel jeweils während des gebuchten Zeitraums bzw. bis zum Erreichen der gebuchten Medialeistung.

4. Auftragsstornierung

4.1. Vor Beginn der Werbemittelveröffentlichung kann der Auftraggeber seinen Auftrag stornieren. Die Stornierung muss schriftlich an den Verlag erfolgen. Erfolgt die Stornierung des Auftrags nicht bis spätestens drei Wochen vor der vereinbarten Veröffentlichung, ist der Auftraggeber zur Zahlung von 30% des Nettoauftragswerts an den Verlag verpflichtet; maßgeblich ist der Zugang des Stornierungsschreibens beim Verlag. Ist der Auftraggeber nicht Unternehmer, bleibt ihm der Nachweis eines geringeren Schadens möglich.

4.2. Nach Beginn der Werbemittelveröffentlichung ist eine Stornierung ausgeschlossen.

5. Laufzeit

Falls nichts Abweichendes vereinbart ist, kann der Auftraggeber die Veröffentlichung der Werbemittel jeweils nur innerhalb eines halben Jahres nach Zustandekommen des Vertrags verlangen. Erfolgt das Verlangen nicht rechtzeitig, wird der Verlag von der Pflicht zur Veröffentlichung frei und behält der Verlag seinen Verfügungsanspruch gleichwohl.

6. Datenschutz

6.1. Der Auftraggeber sichert zu, dass er bei der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Bestimmungen des Telemediengesetzes bzw. Bundesdatenschutzgesetzes einhält und auch seine Mitarbeiter, Erfüllungsgehilfen bzw. externe Systembetreiber hierzu verpflichtet.

6.2. Der Auftraggeber sichert zu, dass er im Zusammenhang mit der Werbemittelveröffentlichung des Verlags generierte Daten ausschließlich in anonymisierter Form auswertet und jede darüber hinausgehende Nutzung bzw. Weitergabe an Dritte unterlässt.

6.3. Für den Fall, dass der Auftraggeber gegen eine der in den vorstehenden Ziffern genannten Versicherungen verstößt, stellt der Auftraggeber den Verlag – einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung bzw. der für die Beseitigung eines Schadens nötigen Kosten – vollumfänglich frei.

Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet.

Stand der AGB: Januar 2017