

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG für das Werbegeschäft in Online-Medien und elektronischen Medien

§ 1 Geltung, Ausschließlichkeit

Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuellen Preislisten des Verlags, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.

§ 2 Angebot, Vertragsschluss

1. „Werbefauftrag“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung. Aufträge für die Schaltung von Werbemitteln können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder online aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler.
2. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlags zustande. Es gilt jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste. Diese stellt der Verlag dem Auftraggeber auf Anfrage zur Verfügung. Zudem ist sie im Internet unter www.hanser-mediacyenter.de zugänglich.
3. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.
4. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge über die Schaltung von Werbemitteln, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtab schlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze, gute Sitten oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Der Verlag hat die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte zu erklären.
5. Insbesondere kann der Verlag ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen von Absatz 4 erfüllt werden.

§ 3 Werbemittel

Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner),
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

§ 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

1. Die zwischen Verlag und dem Auftraggeber geltende Vergütung ergibt sich aus der Auftragsbestätigung. Fehlt eine schriftliche Auftragsbestätigung oder ist der Auftragsbestätigung keine Vergütung zu entnehmen, so gilt die bei Auftragserteilung gültige Preisliste in den Mediacydaten. Der Verlag kann die Preisliste jederzeit anpassen.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe für Wiederholungsschaltungen werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Kalenderjahres erscheinenden Werbemittel gewährt. Wird die Ein-Jahres-Frist nicht eingehalten, so ist der Auftraggeber verpflichtet, dem Verlag den Differenzbetrag zwischen dem vertraglich unter Beachtung des festgelegten Gesamtvolumens gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten (Rabattnachbelastung).
3. Der Rechnungsbetrag ist netto (ohne Abzug) innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum zur Zahlung fällig. Bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen gewährt der Verlag dem Auftraggeber ein Skonto in Höhe von 2 % des Rechnungsbetrages.
4. Zahlungen sind kosten- und spesenfrei auf die in der Rechnung angegebenen Bankkonten des Verlags zu leisten. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. 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 Abschlusses, das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel, von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung. Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Werbeschaltung bejaht.

§ 5 Platzierung der Werbung

1. Das Werbemittel wird zum nächst erreichbaren Zeitpunkt geschaltet, falls nichts anderes vereinbart ist.
2. Sind im Voraus mehrere Werbeschaltungen in Auftrag gegeben, sind diese im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss durchzuführen. Die Veröffentlichung der Werbemittel erfolgt im Zweifel gleichmäßig auf die Abnahmezeit verteilt.
3. Der Verlag behält sich ausdrücklich redaktionell bedingte Änderungen an den betreffenden Werbepattformen sowie erforderliche Verschiebungen von Erscheinungsdaten vor.
4. Der Verlag wird die Platzierung des Werbemittels unter größtmöglicher Berücksichtigung der Wünsche des Auftraggebers vornehmen. Soweit nichts anderes vereinbart ist, hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder den Ausschluss von Werbung für Waren oder Dienstleistungen eines Konkurrenten des Auftraggebers. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
5. Der Verlag behält sich das Recht vor, digitale Anzeigen über Drittanbieter zu vermarkten. Die in diesem Zusammenhang erzielten Umsätze stehen ausschließlich dem Verlag zu.

§ 6 Vertragsabwicklung

1. Aufträge über die Schaltung von Werbemitteln sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen des ersten Werbemittels.
2. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlags entsprechende Werbemittel ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet für die Werbeschaltung die übliche Qualität im Rahmen der durch das Werbemittel gegebenen Möglichkeiten. Bewahrt der Verlag die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.
3. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, die aufgrund Ihrer Anordnung und/oder Gestaltung nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
4. Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.
5. Die in der Preisliste ausgewiesenen Liefertermine für Werbemittel und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig individuell anzupassen.
6. Anzeigenaufträge können grundsätzlich nur aus wichtigem Grund und rechtzeitig, d. h. spätestens zwei Wochen vor Beginn der Kampagne oder dem ersten Erscheinungstermin gekündigt werden. Die Kündigung muss schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Nach Ablauf dieser Frist hat der Auftraggeber die Schaltung des Werbemittels zu bezahlen. Wird ein Auftrag ganz oder teilweise aus Gründen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so ist der

Auftraggeber gleichwohl verpflichtet, den vollen Anzeigenpreis zu bezahlen.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen (gedruckt oder digital) nicht zu veröffentlichen, die gegen die guten Sitten verstoßen, rassistisch, sexistisch oder auf andere Art und Weise diskriminierend sind. Die Beurteilung dieser Frage liegt ausschließlich im Ermessen des Verlags.
8. Der Auftraggeber gewährleistet, daß er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Auftrag über die Schaltung eines Werbemittels die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z. B. zur Veröffentlichung einer Gegendarstellung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Preisliste zu tragen.
9. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen 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 Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.
10. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen Werbemittel 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. Aufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifelsfall mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

§ 7 Mängelgewährleistung

1. Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine möglichst dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik wirtschaftlich nicht sinnvoll ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen.

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 Darstellungssoft- und/oder -hardware (z.B. Browser) oder
 - durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
 - durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder
 - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
 - durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem 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. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.
2. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels, die keinen unwesentlichen Fehler darstellt, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Nacherfüllung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Nacherfüllung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rücktritt vom Vertrag. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist.
 3. Sind etwaige Mängel beim Werbemittel nicht offensichtlich, 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.
 4. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln umgehend geltend gemacht werden. Beachtet der Auftraggeber die Anforderungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Werbemitteln nicht, stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu.
 5. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
- § 8 Haftung**
1. Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalspflicht). Die Schadensersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des

Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlags nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

2. Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Verlag nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, Aussperrungen, Betriebsstörungen, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholen in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Verlags bestehen. In solchen Fällen verlängert sich die vereinbarte Abnahmezeit entsprechend, es sei denn der Auftraggeber kann nachweisen, dass eine spätere Veröffentlichung den Zweck des Werbemittels nicht mehr erfüllen kann. Die Forderung von Schadensersatz ist ausgeschlossen.

§ 9 Verarbeitung von Daten des Auftraggebers

Der Verlag verarbeitet im Rahmen der Geschäftsbeziehungen Daten des Auftraggebers zum Zweck der Vertragserfüllung den gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes bzw. den Vorschriften der Datenschutzgrundverordnung.

§ 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand

1. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Eine unwirksame Bestimmung wird vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragsparteien mit der unwirksamen Bestimmung verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.
2. Änderungen der Bestimmungen dieser AGB und die Abbedingung des Schrift-/Textformerfordernisses bedürfen der Schrift-/Textform.
3. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist München. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich rechtliche Sondervermögen ist München.

Stand: September 2024