

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Anzeigenaufträge, die der Springer Fachmedien München GmbH (Verlag), Aschauer Str. 30, 81549 München, Geschäftsführer, Peter Lehnert, in Auftrag gegeben werden. Wir werden bei einer Änderung der AGB die Änderungen mitteilen. Wenn Sie nicht innerhalb von vier Wochen nach Zugang der Mitteilung erklären, dass Sie der Änderung widersprechen, gelten die neuen AGB. Wir werden bei der Mitteilung der Änderung auf diese Rechtsfolge hinweisen. Im Falle des Widerspruchs sind wir berechtigt, den Vertrag aus wichtigem Grund zu kündigen.

- 1. Anzeigenauftrag** im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ist der Vertrag über Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeiträge (Beikleber, Beihelfer, Warenmuster, etc.), Online-Werbeformen oder technischer Sonderausführungen unter Beachtung der von dem Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande kommen. Aufträge für Gelegenheitsanzeigen können aus zeitlichen Gründen nicht bestätigt werden. Aufträge über Beilagen oder technische Sonderformen werden grundsätzlich vom Verlag erst nach Vorlage eines Musters angenommen. Aufträge können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden.
- 2. Abruf** ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage des Anzeigenauftrags eine konkrete Anzeige, Fremdbeiträge oder sonstiges Werbemittel (inkl. Online-Werbeformen) zu veröffentlichen. Der Auftraggeber sendet dazu die für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen rechtzeitig vor Anzeigenschluss an den Verlag.
- 3. Abruf eines Auftrags:** Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist vertraglich das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird. Der Auftraggeber ist berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Satz 1 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen abzurufen. Wurden keine gesonderten Konditionen vereinbart gilt die Preisliste
- 4. Online Werbeformen** im Sinne dieser AGB können aus einem oder mehreren der folgenden Elemente bestehen:
 - aus Bildern und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern, ungeachtet ihrer Programmierungsweise, ihres technischen Formats oder ihrer Größe (z.B. sog. Werbe-Banner).
 - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Inhalten, wie Webseiten, Dokumenten oder sonstigen Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen, ungeachtet ihrer technischen Ausgestaltung oder ihres Erscheinungsbildes (z.B. Hyperlink).
 Der **Insertionszeitraum** der Online-Werbeformen bestimmt sich individuell nach den gebuchten Kontakten oder nach dem gebuchten Zeitraum. Weitere Leistungen, wie Größe, Format, Platzierung, Häufigkeit der Insertion bestimmen sich individuell nach den bei der Buchung ausgewählten Spezifikationen gemäß der Angebots- und Preisliste des Verlags in ihrer jeweils gültigen Fassung. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten oder Dokumente, auf die von der Online-Werbeform verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten.
- 5. Haftung für die Inhalte der Anzeige:** Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbeform sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Unterlagen oder sonstigen Elemente.
- 6. Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, 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 oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagseigenen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbeformen, die im Widerspruch zu diesen Bestimmungen stehen, können auch nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
- 7. Rücktritt vom Vertrag/Kündigung von Aufträgen:** Soweit der Verlag im Rahmen eines Geschäftsbesorgungsverhältnisses für Dritte tätig wird (z. B. der Akquisition von Anzeigenkunden für Dritte) behält sich der Verlag das Recht zum Rücktritt vom Ad-Server vor, falls der Dritte ein sachlich begründetes Veto gegen den Anzeigenauftrag einlegt. Bereits gezahltes Entgelt wird erstattet.
- 8.** Anzeigenaufträge können grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Die Kündigung kann nur schriftlich, auch per Telefax und E-Mail erfolgen. Bereits im Voraus gezahltes Entgelt wird erstattet. Im Übrigen findet Ziffer 17 dieser Bestimmungen Anwendung.
- 9.** Hinsichtlich eines einzelnen Abrufs oder eines Einzelauftrags für Gelegenheitsanzeigen kann die Stornierung innerhalb eines Zeitraums von bis zu 5 Werktagen/24 Stunden vor Anzeigenschluss kostenfrei erfolgen.
- 10. Anzeigenschluss:** Die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
- 11. Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder Internet-Seite veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
- 12. Druckunterlagen:** Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Auftraggeber hat sämtliche zur Darstellung der jeweiligen Online-Werbeform notwendigen Inhaltelemente zur Speicherung auf dem vom Verlag genutzten Ad-Server selbst herzustellen und dem Verlag zu übermitteln. Gefährübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werbeformen auf einem der Server vom Verlag. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Werden Druckvorlagen oder Online-Werbeformen digital, also durch Datenträger (z.B. Diskette, CD-ROM, Cartridges) oder durch Fernübertragung (z.B. ISDN, eMail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
 - Dateiformat:** Anzeigenvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien (z.B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden.
 - Creatives für die angebotenen Online-Werbeformen** müssen vom Auftraggeber nach Absprache in geeigneten Dateiformaten angeliefert werden. Größenbeschränkungen der einzelnen Online-Werbeformen sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelieferte Dateien.
 - Farbanzeigen:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil auf Zeitungspapier mitzuliefern. Anderenfalls bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen beim Anzeigendruck.
 - Zusammengehörende Dateien** sind vom Kunden in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.
 - Computerviren:** Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden.
 Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-ROM mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 EUR an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück gesendet.
- Abdruckhöhe von Anzeigen:** Sind keine besonderen Größenvorschriften 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 Anzeigenhöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.
- Probeabzüge** werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.
- 13. Anzeigenbeleg:** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Originalbelege werden nur gegen Berechnung geliefert.
- 14. Chiffreanzeigen:** Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um Einschreibesendungen und Eilbriefe handelt. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich

im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften auf Ziffernanzeigen zu öffnen.

- 15. Errechnung Abnahmemenge:** Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
- 16. Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.
- 17. Nachlässe:** 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 zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
- 18. Preisänderungen:** Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungsdatum des neuen Tarifs in Kraft.
- 19. Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven, sowie für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.
- 20. Rabattzusammenschlüsse:** Für die Gewährung eines Rabattzusammenschlusses für konzernangehörige Firmen ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 75% erforderlich.
- 21. Auflagenminderung:** Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn sie bei einer Auflage („Garantieauflage“) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage („Garantieauflage“) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Die der Garantie zugrunde gelegte Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich aus dem Aufschlagdurchschnitt der vier Quartale für das Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als selbständige Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisermäßigung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentabelle und für mindestens drei Ausgaben. Ein Rückvergütungsanspruch besteht nur wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 EUR beträgt. Darüber hinaus sind Preisermäßigungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
- 22. Höhere Gewalt:** Sind bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme) die Aufträge mit 80% der garantierten verkauften Auflage erfüllt, so hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.
- 23. Anzeigenrechnungen** sind, falls keine Vorauszahlung vereinbart ist, innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.
- 24. Gewährleistung**
- 24.1.** Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.
- 24.2.** Die Gewährleistung bei Online-Werbeformen ist auf solche Fehler bzw. Mängel in der Wiedergabe der Online-Werbeform beschränkt, die im Herrschaftsbereich und der Einflussosphäre des Verlages, d.h. insbesondere auf dem Ad-Server des Verlages entstehen bzw. begründet sind. Die Gewährleistung gilt ferner nicht für unwesentliche Fehler, z.B. dann, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Online-Werbeform deren Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe der Online-Werbeform zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % 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 Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einem Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.
- 24.3.** Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbeformen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche verjähren mit Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres.
- 25. Haftung**
- Der Verlag haftet für Schäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, einschließlich unerlaubter Handlung nur, soweit sie
- 25.1.** durch schuldhaftes Verletzung vertragswesentlicher Pflichten (Kardinalpflichten), d.h. vertragliche Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglichen und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf, und deren Verletzung auf der anderen Seite die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet) durch den Verlag in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder
- 25.2.** auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz seitens des Verlages zurückzuführen sind. Haftet der Verlag gemäß Ziff. 25.1. für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung des Verlages auf den vertragstypischen Schaden beschränkt, mit dessen Entstehen der Verlag bei Auftragserteilung aufgrund der ihm zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände rechnen musste. Haftet der Verlag gem. Ziff. 25.1. oder Ziff. 25.2. für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Geschäftsführer oder leitende Angestellte des Verlages sind, ist die Haftung des Verlages ebenfalls auf den vorgenannten Höchstbetrag begrenzt. Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden, entgangenen Gewinn oder den Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Geschäftsführern oder leitenden Angestellten des Verlages zurückzuführen sind. Der vorstehende Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gilt auch für Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlages. Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
- 25.3.** Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die lediglich im Interesse des Auftraggebers erfolgen.
- 26. Werbeagenturen** und Werbemittel sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. **Gerichtsstand** ist der Sitz des Verlages, sofern der Kunde Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.
- 27. Anwendbares Recht:** Es gilt deutsches Recht.