

Allgemeine Geschäftsbedingungen **Anzeigen Digital**

1. Geltungsbereich

- 1.1 mgo fachverlage GmbH & Co. KG, E.-C.-Baumann Str. 5, 95326 Kulmbach (nachfolgend „Verlag“) vermarktet unter anderem Werbeflächen im Auftrag des jeweiligen Werbekunden (nachfolgend „Auftraggeber“) auf Websites sowie auf weiteren elektronischen Werbeträgern des Verlages.
- 1.2 Die AGB des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Gültigkeit ausdrücklich zu.
- 1.3 Die AGB des Verlages gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichenden Bedingungen des Auftraggebers den Anzeigenauftrag bzw. den Abschluss vorbehaltlos ausführt.

2. Werbeauftrag, Allgemeine Geschäftsbedingungen

- 2.1. „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.
- 2.2. Für alle gegenwärtigen und künftigen Werbeaufträge gelten ausschließlich die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Der Verlag erkennt von seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Auftraggebers nicht an. Diese werden selbst dann nicht Vertragsbestandteil, wenn der Verlag ihnen nicht ausdrücklich widerspricht.
- 1.4 Der Verlag ist berechtigt, seine Allgemeinen Geschäftsbedingungen jederzeit zu ändern. Der Verlag wird seine Vertragspartner mindestens einen Monat vorher über die Änderung unterrichten. Die geänderten Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten als genehmigt, wenn der Auftraggeber nicht innerhalb von vier Wochen nach Zugang der Änderungsmitteilung schriftlich (per Post, Fax oder E-Mail) widerspricht.

3. Werbemittel

- 3.1. Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann aus einem oder mehreren genannten Elementen bestehen:
 - aus einem Bild und/oder Text,
 - aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern,
 - aus einer sensitiven Fläche, die bei Interaktion die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers oder einem Dritten liegen (z.B. Link).
- 3.2. Der Verlag behält sich vor, Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich zu machen.
- 3.3. Für die Schaltung von Werbemitteln kommen grundsätzlich nur die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preislise vom Verlag ausgewiesen sind. Sonderformate und Sonderwerbformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch den Verlag möglich.

4. Vertragsabschluss

- 4.1. Der Werbeauftrag zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber kommt entweder durch eine schriftliche (per Post, Fax oder E-Mail) Auftragsbestätigung seitens des Verlages oder durch Erfüllung des Auftrags seitens des Verlages zustande. Der Verlag hat das Recht, noch nicht bestätigte Aufträge auch ohne Angabe von Gründen abzulehnen.
- 4.2. Vom Auftraggeber mündlich erteilte Aufträge und Änderungen bereits bestätigter Aufträge werden nur wirksam, wenn sie vom Verlag schriftlich bestätigt sind.
- 4.3. Der Verlag akzeptiert Aufträge nur unter der Bedingung, dass der Inhalt des Werbemittels nicht gegen geltendes Recht verstößt und keine Rechte Dritter verletzt werden.
- 4.4. Alle Werbeaufträge stehen unter dem Vorbehalt der Zustimmung des jeweiligen Betreibers des Online-Angebots.
- 4.5. Soweit Werbeagenturen bzw. -mittler Aufträge erteilen, kommt der Werbeauftrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, wenn nichts Anderes schriftlich ausdrücklich vereinbart ist. Aufträge von Werbeagenturen bzw. -mittlern werden nur für namentlich benannte Werbungtreibende angenommen. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur bzw. dem -mittler einen Mandatsnachweis zu verlangen.

5. Insertionszeitraum, Platzierung

- 5.1. Der Insertionszeitraum bestimmt sich individuell nach den gebuchten Kontakten, dem gebuchten Zeitraum (Festplatzierung) oder nach dem gebuchten Zeitraum und den gebuchten Kontakten.
- 5.2. Enthalten Aufträge Platzierungsvorgaben, gilt der Auftrag als verbindlich erteilt, auch wenn den Platzierungsvorgaben nicht entsprochen werden kann. Für angenommene Platzierungsvorgaben werden die tariflichen Sätze berechnet.
- 5.3. Werden mehrere Werbemittel für einen Werbeauftrag geliefert, lässt der Verlag diese standardmäßig rotieren, es sei denn der Auftraggeber hat einen Motivplan aufgegeben, wann welches Werbemittel zu schalten ist.

6. Pflichten des Auftraggebers bei Datenlieferung

- 6.1. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die notwendigen Bestandteile der Werbemittel, die zur Veröffentlichung geliefert werden müssen, die technischen Spezifikationen, die Werbemittel erfüllen müssen, den Weg, auf dem Werbemittel eingereicht werden müssen, sowie den spätestmöglichen Zeitpunkt, zu dem Werbemittel geliefert werden müssen, zu beachten. Der Auftraggeber ist insbesondere verpflichtet, die Ziel-URL, mit der das Werbemittel über einen Link mit der Internetseite des Werbungtreibenden verknüpft wird, während der gesamten Insertionszeit eines Auftrags abrufbar zu halten. Sollte der Auftraggeber Störungen bei der Verlinkung des Werbemittels mit der Ziel-URL feststellen,

wird der Auftraggeber den Verlag von diesen Störungen unverzüglich informieren.

- 6.2. Werbemittel sind in der Regel bis spätestens 14 Werktagen vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung zur Veröffentlichung bestimmter Werbemittel, insbesondere die Gefahr des Verlustes von Daten, es sei denn, der Datenverlust wurde durch Übermittlungsprobleme aus dem Risikobereich vom Verlag verursacht.
- 6.3. Der Verlag übernimmt für gelieferte Werbemittel sowie weiteres Material keine Verantwortung und ist nicht verpflichtet, diese an den Auftraggeber zurückzuliefern. Die Pflicht vom Verlag zur Aufbewahrung eines Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.
- 6.4. Für ungeeignetes oder beschädigtes Material fordert der Verlag Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemäßer Anlieferung, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung, übernimmt der Verlag keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels, insbesondere für das Erreichen des gebuchten Zeitraumes.
- 6.5. Wenn der Werbeauftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere unvollständiger, verspäteter oder unterbliebener Werbemittelanlieferung nicht durchgeführt werden kann, ist der Auftraggeber verpflichtet, an den Verlag die vereinbarte Vergütung als Entschädigung zu zahlen.

7. Stornierung eines Auftrags, Kündigung des Vertrages durch den Auftraggeber

- 7.1. In Beilagen, Prospekten, Anzeigen, E-Mails usw. enthaltene Angebote sind – auch bezüglich der Preisangaben – stets freibleibend und unverbindlich. An speziell ausgearbeitete Angebote ist der Verlag 14 Kalendertage gebunden.
- 7.2. Lehnt der Verlag eingehende Agenturaufträge nicht binnen vier Wochen nach Auftragsingang ab, so gilt dies als Annahme.
- 7.3. Alle Vereinbarungen, die zwischen den Parteien zwecks Ausführung dieses Vertrages getroffen werden, sind schriftlich niederzulegen.
- 7.4. Der Verlag gewährt dem Auftraggeber ein kostenloses Stornierungsrecht (schriftlich) innerhalb der ersten 10 Werktage nach Vertragsabschluss.
- 7.5. Gegen eine Stornogebühr von 50% des Auftragswerts ist der Auftraggeber bis zu 4 Wochen nach Vertragsabschluss berechtigt, den Auftrag zu stornieren.
- 7.6. Für Stornierungen nach diesem Zeitraum wird der volle Buchungsbetrag berechnet, oder es erfolgt eine Gutschrift des Anzeigenvolumens zur Einbuchung in dem jeweils laufenden Kalenderjahr.
- 7.7. Das Recht zur Stornierung erlischt – abweichend von den Absätzen 1 und 2 – spätestens 21 Werktagen vor dem vertraglich vereinbarten ersten Ausführungstermin.
- 7.8. Bei Stornierung von Vorzugsplatzierung (Superbanner) bis zu einem Zeitraum von 10 Werktag nach Auftragsabschluss werden 85% des Auftragswert in Rechnung gestellt.
- 7.9. Bei Kombibuchungen und Jahresbuchungen findet § 7.5, 7.6 und 7.7 keine Anwendung.

8. Ablehnungsbefugnis, Sperrung

- 8.1. Der Verlag ist berechtigt, Werbemittel, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses, abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze (wie Urheber-, wettbewerbs-, presse-, strafrechtliche Bestimmungen) oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt 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.
- 8.2. Der Verlag kann insbesondere 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 der Ziffer 8.1 erfüllt werden.
- 8.3. Eine Ablehnung bzw. Sperrung teilt der Verlag dem Auftraggeber unverzüglich mit. In einem solchen Fall ist der Auftraggeber berechtigt, dem Verlag ein geändertes bzw. neues, den Anforderungen vom Verlag entsprechendes Werbemittel zur Verfügung zu stellen. Die hierdurch entstehenden Mehrkosten kann der Verlag dem Auftraggeber in Rechnung stellen.
- 8.4. Ist eine Ersatzschaltung gemäß Ziffer 8.3 nicht mehr möglich, behält der Verlag den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung. Hat der Auftraggeber die Ablehnung bzw. Sperrung nicht zu verantworten, kann der Auftraggeber vom Verlag (anteilige) Erstattung bereits geleisteter Zahlungen verlangen, vermindert um die beim Verlag bereits entstandenen Kosten. Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Hat der Auftraggeber im Falle von Satz 2 noch keine Zahlungen geleistet, ist der Auftraggeber verpflichtet, dem Verlag die bereits entstandenen Kosten zu ersetzen.

9. Konkurrenzausschluss

Der Ausschluss von Aufträgen direkter Mitbewerber ist nicht möglich. Auch die Auskunft vor Erscheinung einer Ausgabe über vorliegende Anzeigenaufträge Dritter ist aus Datenschutz rechtlichen Gründen nicht gestattet.

10. Rechtgewährleistung

- 10.1. Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt, er insbesondere sämtliche erforderlichen Nutzungsrechte der Inhaber von Urheber-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechten an den von ihm gestellten Werbeunterlagen und -texten erworben hat und frei darüber verfügen kann.
- 10.2. Der Auftraggeber stellt dem Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die gegenüber dem Verlag wegen der Verletzung urheber-, wettbewerbs-, presse-, straf-

- rechtlicher oder sonstiger gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner stellt der Auftraggeber den Verlag von den Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- 10.3. 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, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Werbeauftrags 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.
- 11. Gewährleistung des Verlags**
- 11.1. Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen.
- 11.2. Ein Fehler in der Darstellung des Werbemittels liegt insbesondere nicht vor, wenn die Beeinträchtigung hervorgerufen wird durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser), durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber, durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern), durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) oder durch einen Ausfall des AdServers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.
- 11.3. Bei einem Ausfall des AdServers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10% der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung wird sich der Verlag bemühen, den Ausfall der Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern. Läuft dies den Interessen des Auftraggebers zuwider oder ist die Nachlieferung unmöglich, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.
- 11.4. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
- 11.5. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Werbung unverzüglich nach dem Einstellen bzw. Erscheinen des Werbemittels auf der Website bzw. in weiteren elektronischen Werbeträgern zu prüfen und offenkundige Fehler spätestens innerhalb einer Woche ab Einstellung bzw. Erscheinen zu reklamieren. Erfolgt die Reklamation nicht rechtzeitig, entfallen die Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers. Sind etwaige Mängel des Werbemittels nicht offenkundig, hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Gleiches gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
- 11.6. Sollten Fehler bei der Ausführung eines Werbeauftrags entstehen, ist der Auftraggeber nicht berechtigt, die Bezahlung eines anderen Werbeauftrags zu verweigern.
- 12. Leistungsstörungen**
- Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Verlag (bzw. der von ihm genutzte Anbieter) nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, durch Störung des Arbeitsfriedens sowie im Falle einer Betriebsunterbrechung bzw. bei einem Systemausfall (insbesondere im Falle eines staatlichen Eingriffs in die Energieversorgung, welche unmittelbar oder mittelbar dazu führt, dass der Betrieb in produktionsnotwendigen Betriebsteilen nicht mehr möglich ist), 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. Höhere Gewalt liegt insbesondere dann vor, wenn der Verlag an der Leistungserbringung durch ein betriebsfremdes, von außen herbeigeführtes Ereignis gehindert wird, das auch durch die äußerste nach der Sachlage vernünftigerweise zu erwartende Sorgfalt nicht vorausgesehen und mit wirtschaftlich erträglichen Mitteln nicht verhütet werden konnte. Beispielhaft hierfür sind Naturkatastrophen, politische Krisensituationen (wie z.B. Krieg), terroristische Auseinandersetzungen, Epidemien, Pandemien, Seuchen und vergleichbare Situationen.
- 13. Haftung des Verlags**
- 13.1. Der Verlag haftet nicht für die ununterbrochene Erreichbarkeit der Website, ebenso wenig dafür, dass durch die Schaltung der Werbung bestimmte Ergebnisse erzielt werden können.
- 13.2. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit des Verlags, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht für das Fehlen zugesicherter Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; in diesem Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens beschränkt.
- 13.3. Dies gilt nicht, soweit die Schadensursache auf vom Verlag zu vertretenden Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruht oder bei Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit.
- 13.4. Die Haftung für Personenschäden und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
- 13.5. Soweit der Verlag zum Schadensersatz verpflichtet ist, hat der Verlag den Auftraggeber so zu stellen, als ob der Vertrag nicht geschlossen worden wäre Schadensersatz wegen Nichterfüllung sowie für entgangenen Gewinn ist ausgeschlossen.
- 14. Preislisten**
- 14.1. Für Werbeaufträge gelten die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses jeweils gültigen Preislisten des Verlags, sofern einzelvertraglich nichts Anderes vereinbart wurde.
- 14.2. Der Verlag behält sich eine Änderung der Preise vor. Dies gilt nicht gegenüber Nichtunternehmern, wenn der von der Änderung betroffene Auftrag nicht Teil einer Rahmenvereinbarung ist und nicht später als vier Monate nach Vertragsschluss ausgeführt werden soll. Für vom Verlag bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von fünf Arbeitstagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- 14.3. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit potentiellen Auftraggebern des Verlags an die Preisliste vom Verlag zu halten.
- 14.4. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste des Verlags.
- 14.5. Die Kosten für die Herstellung von Grafiken sowie Werbemitteltexten sind in den Preisen nicht enthalten.
- 14.6. Alle in den Preislisten angegebenen Preise sind Nettopreise und verstehen sich zzgl. der jeweils gültigen gesetzlichen Umsatzsteuer.
- 15. Rechnungen, Aufrechnung**
- 15.1. Der Rechnungsbetrag wird mit dem Erscheinen der Anzeige sofort zur Zahlung fällig. Maßgeblich ist die Preisliste in der jeweils gültigen Fassung, sofern nicht im Einzelnen etwas anderes vereinbart wurde. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste (Auftragsbestätigung bzw. Rechnung) ersichtlichen, vom Termin des Erbringens der Leistung an laufenden Fristen zu zahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist, Vorauszahlung oder das Abbuchungsverfahren vereinbart wurde. Soweit das Lastschriftverfahren als Zahlungsmittel vereinbart wurde, ist es möglich, dass die Forderung innerhalb eines Tages nach Information des Kunden über die Vorabankündigung (Pre-Notification) zur Zahlung fällig wird und eingezogen werden kann.
- 15.2. Bei Erstkunden sowie für den Versand von Newslettern kann der Verlag grundsätzlich eine Vorauszahlung verlangen.
- 16. Zahlungsverzug, Vorauszahlung**
- 16.1. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie 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 Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit des Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und vom Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 16.2. Objektive begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Werbeauftrages das weitere Erscheinen des Werbemittels bzw. das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. In begründeten Fällen behält sich der Verlag das Recht vor Vorauskasse oder Sicherheitsleistung zu verlangen.
- 17. Außerordentliche Kündigung durch den Verlag**
- Der Verlag ist zur schriftlichen (per Post, Fax oder E-Mail) außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Auftraggeber seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, ein Insolvenzverfahren über sein Vermögen beantragt wird oder der Auftraggeber wiederholt gegen vertragliche Pflichten verstoßen hat. Im Fall der außerordentlichen Kündigung kann der Verlag mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Werbemittel absetzen.
- 18. Datenschutz**
- Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen durchgeführt.
- 19. Abtretung von Ansprüchen**
- Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlags Rechte oder Pflichten aus dem Vertrag an Dritte zu verkaufen, abzutreten oder sonst wie zu übertragen. Der Verlag kann Rechte und Pflichten

aus dem Vertrag jederzeit an einen Dritten abtreten oder übertragen. Der Auftraggeber erteilt dazu ausdrücklich seine Zustimmung.

20. Höhere Gewalt

Bei höherer Gewalt und sonstiger unvorhersehbarer außergewöhnlicher und unverschuldeter Umstände, wie etwa einer Betriebsunterbrechung – sowohl im Betrieb der Mediengruppe Oberfranken als auch in dem eines Zulieferers –, bei einem Systemausfall (insbesondere im Falle eines staatlichen Eingriffs in die Energieversorgung, welche unmittelbar oder mittelbar dazu führt, dass der Betrieb in produktionsnotwendigen Betriebsteilen nicht mehr möglich ist), bei Störungen des Arbeitsfriedens durch Streik, Aussperrung etc. und behördlichen Eingriffen (z.B. solche welche die Produktion betreffen). Höhere Gewalt liegt beispielhaft auch bei Naturkatastrophen, politische Krisensituationen (wie z.B. Krieg), terroristische Auseinandersetzungen, Epidemien, Pandemien, Seuchen und vergleichbare Situationen hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

21. Erfüllungsort und Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Klagen nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

22. Außergerichtliche Streitbeilegung

Die Europäische Kommission stellt eine Plattform zur Online-Streitbeilegung bereit, die unter <http://ec.europa.eu/consumers/odr/> erreichbar ist. Der Verlag ist zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle gesetzlich nicht verpflichtet und erklärt sich auch nicht dazu bereit.

23. Änderungen der AGB

Der Verlag behält sich vor, diese Bedingungen oder Teile davon mit Wirkung für die Zukunft zu ändern, soweit diese Änderungen geringfügig oder sachlich gerechtfertigt sind oder dies aus notwendigen rechtlichen oder regulatorischen Gründen erfolgt. Der Auftraggeber wird in diesem Fall vorab informiert. Sollte der Auftraggeber nicht innerhalb der gesetzten Frist der Änderung widersprechen, so gilt die Änderung als angenommen. Die Änderungen werden dann ab dem Datum wirksam, das wir Ihnen in Textform (Ankündigung in der Rechnung und/oder per E-Mail) mitgeteilt haben. Voraussetzungen sind, dass der Verlag dem Auftraggeber eine angemessene Frist (mindestens 30 Tage) zur Abgabe seiner ausdrücklichen Erklärung einräumt und auf sämtliche Änderungen hinweist. Widerspricht der Auftraggeber fristgemäß, besteht der Vertrag unverändert fort, der Auftraggeber ist aber berechtigt, den Vertrag ordentlich zu kündigen.

Hierzu werden wir Ihnen vorab die vorgesehenen Änderungen in Schriftform und/oder auf dem elektronischen Kommunikationsweg beispielsweise per E-Mail mindestens einen Monat im Voraus mitteilen und auf ein Widerspruchsrecht hinweisen. Sie stimmen den Änderungen dieser AGB zu, wenn Sie Ihr Widerspruchsrecht nicht innerhalb von einem Monat ausüben und unsere Leistungen nach Inkrafttreten der Änderungen weiterhin in Anspruch nehmen. Falls Sie den Änderungen dieser AGB widersprechen, behält sich der Verlag die ordentliche Kündigung der Vertragsbeziehung vor. Die jeweils gültigen AGB finden Sie unter <https://mgo-fachverlage.de/agb/agbs-anzeigen-digital/>

Stand: Januar 2023

