

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES RALF G. MOSNY VERLAGS

1. Geltungsbereich

- (1) Nachstehende Allgemeine Geschäftsbedingungen (im folgenden AGB) gelten für die Erbringung von Internet-Werbeleistungen des Ralf G. Mosny Verlags, Bachlerweg 4, 82131 Gauting (im folgenden Verlag) in der Fassung für den jeweiligen Werbeauftrag zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses, insbesondere für künftige Werbeaufträge des Auftraggebers ohne erneute ausdrückliche Bezugnahme.
- (2) Etwaige andere Allgemeine Geschäftsbedingungen des Werbekunden sind insoweit ausgeschlossen, als sie mit den hiesigen Geschäftsbedingung nicht übereinstimmen, insbesondere auch im Fall positiver Kenntnis des Verlags.
- (3) Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam oder undurchführbar sein, so berührt dies die AGB im Übrigen nicht. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung tritt diejenige wirksame und durchführbare Bestimmung, die dem wirtschaftlichen Zweck der ursprünglichen Bestimmung am nächsten kommt. Entsprechendes gilt im Fall einer Regelungslücke.
- (4) Es gilt das deutsche Recht.

2. Begriffsbestimmung

- (1) **Werbeauftrag** im Sinne der nachfolgenden AGB ist der Vertrag über die entgeltliche Schaltung eines Werbemittels auf der Internetseite des Verlags (www.sibien.de), soweit keine entgegenstehende Regelung getroffen wurde.
- (2) **Werbemittel** im Sinne dieser AGB sind Werbebotschaften, die der Werbekunde dem Verlag zur Verfügung stellt. Dies können unter anderem sein:
 - a) Standardwerbeformate (Texte, Bilder, Bewegtbilder, Tonfolgen)
 - b) Sonderwerbeformate und eigens vom Verlag produzierte Sonderwerbeformate (Sensitivflächen, Advertorial, Microchannel)
 - c) Sonstige Werbekooperationen
- (3) **Werbekunde** im Sinne dieser AGB ist der Vertragspartner des Verlags. Im Falle der Vermittlung des Kunden durch eine Werbeagentur kommt der Werbeauftrag, vorbehaltlich abweichender Vereinbarung, mit der Werbeagentur und nicht mit deren Auftraggebern zustande. Soll der Auftraggeber Vertragspartner werden so ist dieser namentlich zu benennen, als auch auf das bestehende Vertragsverhältnis hinzuweisen. Der Verlag kann einen Vollmachtsnachweis von der Werbeagentur verlangen.
- (4) **Schriftform** ist gewahrt in Form von Brief, E-mail oder Telefax.

3. Zustandekommen des Werbeauftrags

- (1) Der Vertragsschluss erfolgt durch schriftliche Auftragsbestätigung seitens des Verlags gegenüber dem Werbekunden.
- (2) Angebote des Verlags sind in Ermangelung anderweitiger Vereinbarung unverbindlich und stehen unter dem Vorbehalt der Kapazität des angebotenen Werbeplatzes.
- (3) Der Verlag ist berechtigt, den Werbeauftrag mit allen Rechten und Pflichten zu übertragen. Hierbei erfolgt eine sofortige Unterrichtung des Werbekunden.

4. Preise, Rechnung, Zahlungsbedingungen

- (1) Soweit nicht anders vereinbart, gilt die Preisliste des Verlags im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses in EURO zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer. Ist eine Rabattstaffelung vereinbart und wird weniger Volumen ausgeliefert als bei Buchung vereinbart so berechnet sich der Rabatt auf Grundlage des tatsächlich gebuchten Volumens.
- (2) Die Rechnungsstellung erfolgt monatlich im Voraus zu Beginn des Schaltungsmonats für die im Schaltungsmonat zu schaltende Werbung.
- (3) Die Zahlung wird ohne Abzüge innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum fällig und hat auf das in der Rechnung bezeichnete Konto des Verlags zu erfolgen. Schecks gelten nur erfüllungshalber.
- (4) Zahlungsverzug berechtigt den Verlag die weitere Schaltung zu unterbrechen.
- (5) Werbeagenturen erhalten im Falle einer erfolgreichen Vermittlung an den Verlag eine Agenturvergütung in Höhe von 15 % des vom Vertragspartner bezahlten Werbeauftragswertes abzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

5. Werbeschaltung

- (1) Das vertraglich vereinbarte Werbemittel wird während des festgelegten Schaltungszeitraums auf der Internetseite des Verlags platziert. Ein Recht auf eine bestimmte Positionierung auf der Werbefläche besteht nur, falls schriftlich vereinbart. Außerdem ist der Verlag berechtigt, die Werbeschaltungen umzubuchen, falls der Umbuchungswunsch spätestens zwei Wochen vor dem vereinbarten Schaltungstermin schriftlich mitgeteilt wird, das Buchungsvolumen bestehen bleibt, eine Verzögerung nicht vorliegt, als auch eine hinreichende Kapazität gewährleistet werden kann.
- (2) Der Verlag verpflichtet sich zur Erbringung einer nach dem üblichen technischen Standard bestmöglichen Wiedergabe des Werbemittels im Rahmen der vom Werbekunden gelieferten Daten. Unwesentliche Fehler gelten hierbei als unbeachtlich.
- (3) Der Werbekunde ist verpflichtet, die auf der Website veröffentlichte Werbung unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Unstimmigkeiten innerhalb einer Woche mitzuteilen. Andernfalls gilt der Mangel als genehmigt. Nach Ablauf der Frist trägt der Auftraggeber die Kosten für etwaige Änderungen.

- (4) Der Verlag behält sich die Ablehnung bzw. Sperrung eines bereits geschalteten Werbemittels vor, falls Umstände eintreten bzw. bekannt werden, die der Erfüllung des Werbeauftrags auf Grund sachlich gerechtfertigter Grundprinzipien des Verlags entgegenstehen. Dies gilt insbesondere bei Sittenwidrigkeit und der daraus resultierenden Unzumutbarkeit der Werbeschaltung für den Verlag.
- (5) Das vertraglich vereinbarte Recht auf Abruf einzelner Werbemittel ist innerhalb eines Jahres seit Vertragsschluss abzuwickeln. Andernfalls erfolgt ein ersatzloser Verfall, der die Vergütungspflicht nicht berührt.
- (6) Der Verlag ist berechtigt den Auftritt seiner Internetseite nach eigenem Ermessen zu verändern. Dies gilt nicht, falls die Präsentation des Werbemittels hierdurch nur noch unzulänglich möglich ist.
- (7) Die Kosten für gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels durch den Werbekunden sind von selbigem zu tragen.
- (8) Soweit nicht anders vereinbart, hat der Verlag innerhalb von 10 Werktagen nach Schaltung des Werbemittels die Zahl der Kontakte mit dem Werbemittel (AdImpressions), als auch die Zugriffe auf das Werbemittel (Clicks), sowie eine Ausfallszeit des Servers der insgesamt eine zusammenhängende Stunde überschreitet dem Werbekunden mitzuteilen.

6. Datenanlieferung und Rechtegewährleistung

- (1) Der Werbekunde ist verpflichtet die Datenlieferung ordnungsgemäß und einwandfrei, insbesondere den technischen Vorgaben des Verlags entsprechend, rechtzeitig, spätestens jedoch bei
 - a) Standardwerbeformaten sechs Werktage vor dem ersten Schaltungstermin,
 - b) Sonderwerbeformaten vierzehn Werktage vor dem ersten Schaltungstermin,
 - c) eigens von dem Verlag produzierten Sonderwerbeformaten vier Wochen vor dem Kampagnenstart und
 - d) allen sonstigen Werbekooperationen vier Wochen vor Kampagnenstart dem Verlag zur Verfügung zu stellen.
- (2) Der Werbekunde gewährleistet, dass er zur Schaltung des Werbemittels berechtigt ist und eine Belastung mit Rechten Dritter nicht besteht. Eine Überprüfungspflicht des Verlags besteht nicht. Im Falle eines Vertreten müßens hat der Werbekunde den daraus entstehenden Schaden zu ersetzen, insbesondere die Kosten einer notwendigen Rechtsverteidigung. Des weiteren ist der Werbekunde verpflichtet den Verlag nach Treue und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- (3) Der Werbekunde räumt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbemittel erforderlichen Rechte ein, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Veröffentlichung, öffentliche Wiedergabe und Zugänglichmachung, Übertragung und Sendung.

7. Leistungshindernisse

Im Falle eines von dem Verlag nicht zu vertretenden Leistungshindernisses, wird die Durchführung des Auftrags im Rahmen von Zumutbarkeit und Möglichkeit nachgeholt. Der Vergütungsanspruch bleibt danach bestehen.

8. Haftung

Der Verlag hat Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit im Rahmen von Schadensersatzansprüchen zu vertreten. Eine Haftung wegen leichter Fahrlässigkeit beschränkt sich im Rahmen von Hauptleistungs- und wesentlichen Nebenleistungspflichten auf die vertragstypischen, bei Vertragsabschluss vorhersehbaren Schäden. Die Höchstgrenze ist hierbei maximal das 5-fache des Entgelts für den Werbeauftrag. Eine Haftung für leicht fahrlässige Verletzungen von nicht wesentlichen, vertraglichen Nebenpflichten ist ausgeschlossen. Hiervon unberührt bleibt die Haftung aufgrund von Arglist, Beschaffenheitsgarantien, sowie die Haftung für Leben-, Körper- und Gesundheitsschäden.

9. Rücktritt und Kündigung

- (1) Der Werbekunde ist berechtigt innerhalb folgender Fristen vom Werbeauftrag zurückzutreten:
 - a) Standardwerbeformate: Bis zu sechs Werktage vor dem ersten Schaltungstermin
 - b) Sonderwerbeformate: Bis zu vierzehn Werktage vor dem ersten Schaltungstermin
 - c) Eigens vom Verlag produzierte Sonderwerbeformate: Bis zu vier Wochen vor dem Kampagnenstart.
 - d) Sonstige Werbekooperationen: Bis zu vier Wochen vor dem Kampagnenstart
- (2) Erfolgt der Zugang der Rücktrittserklärung nach Fristablauf ist der Verlag bei Zustimmung zum Rücktrittsgesuch berechtigt eine nach billigem Ermessen festgesetzte Stornogebühr zu verlangen.
- (3) Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

10. Aufrechnung- und Zurückbehaltungsrecht

Dem Werbekunden steht gegenüber dem Verlag ein Aufrechnungs- oder Zurückbehaltungsrecht nur insoweit zu, als die Forderung rechtskräftig festgestellt, entscheidungsreif und unbestritten ist.

11. Erfüllungsort, Gerichtsstand

- (1) Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags.
- (2) Kommt der Werbeauftrag mit einem Kaufmann, einer juristischen Person des öffentlichen Rechts, öffentlich-rechtlichen Sondervermögen oder Auftraggebern, die keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland haben, zu stande, so ist Gerichtsstand München Land. Der Verlag ist berechtigt, den Auftraggeber auch an jedem anderen gesetzlichen Gerichtsstand zu verklagen.

Stand: 1. August 2012