

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ANZEIGEN DEINE BAHN

## § 1 Begrifflichkeiten

„Anzeigenauftrag“ im Sinn dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen der Bahn Fachverlag GmbH (im Folgenden: Verlag) und einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (im Folgenden: Auftraggeber) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel in der Zeitschrift *Deine Bahn* und auf dem Internetportal [www.system-bahn.net](http://www.system-bahn.net) (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet).

## § 2 Geltung/Ausschließlichkeit

Für Anzeigenaufträge gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen. Zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber wird beim ersten Vertragsschluss vereinbart, dass diese Bedingungen für alle Folgegeschäfte zu Grunde gelegt werden. Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, die diesen Bedingungen widersprechen oder von ihnen abweichende oder ergänzende Regelungen enthalten, werden in keinem Fall Vertragsbestandteil. Dies gilt auch, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder abweichender Bedingungen des Bestellers den Anzeigenauftrag des Auftraggebers vorbehaltlos ausführt.

## § 3 Vertragsschluss

1. Anzeigenaufträge können schriftlich und per E-Mail aufgegeben werden.
2. Ein Vertrag kommt mit der Annahme durch den Verlag zustande. Die Annahme eines Anzeigenauftrags kann durch Auftragsbestätigung oder Rechnungsstellung erfolgen.
3. Der Verlag behält sich vor Anzeigenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die vom Auftraggeber bei einer ihn vertretenden Mediaagentur aufgegeben werden.

## § 4 Verantwortlichkeit für den Inhalt von Anzeigen

1. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige vollumfänglich verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung der Anzeige frei. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z. B. zum Abdruck einer Gegendarstellung zu einer Anzeige verpflichtet, hat der Auftraggeber die entstehenden Kosten nach gültiger Anzeigenpreisliste zu tragen. Darüber hinaus trägt der Auftraggeber etwaige dem Verlag durch die Rechtswidrigkeit einer Anzeige entstehenden Kosten (Abmahn-, Anwalts- oder Gerichtskosten).
2. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, können nicht angenommen werden.
3. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

## § 5 Vertragsabwicklung/Kündigung

1. Anzeigen sind, soweit nichts Abweichendes zwischen den Parteien vereinbart ist, zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses 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 aberufen und veröffentlicht wird.
2. Der Auftraggeber ist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität berechtigt, auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
3. Anzeigenaufträge können nur schriftlich, auch per Fax oder E-Mail, gekündigt werden. Die Stornierung der Anzeige ist bis zum Anzeigenschluss möglich. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, ist eine Kündigung nicht mehr möglich. Im Übrigen kann der Verlag von zum Zeitpunkt der Kündigung bereits angefallener Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.

## § 6 Anzeigenschlüsse/Erscheinungstermine/Preise

1. Die in den Mediadaten ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine und Erscheinungstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
2. Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge.
3. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

## § 7 Platzierung von Anzeigen

1. Sollen Anzeigen in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Zeitschrift oder auf dem Internetportal veröffentlicht werden, so muss dies bei der Auftragserteilung/dem Anzeigenabruf schriftlich vereinbart werden. Ansonsten übernimmt der Verlag für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen keine Gewähr.
2. Sollte eine Anzeige innerhalb einer bestellten Ausgabe nicht platziert werden können, kann der Verlag diese Anzeige zum gleichen Preis in einer Ausgabe mit gleichem oder größerem Verbreitungsgebiet veröffentlichen.

## § 8 Druckunterlagen/Anzeigendatenblatt

1. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
2. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich.
3. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
4. Beachtet der Auftraggeber die in den Mediadaten und dem Anzeigenblatt enthaltenen Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
5. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Sind etwaige Mängel an angelieferten Druckunterlagen oder Drucksachen (Beihefter, Beikleber etc.) nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.
6. Druckunterlagen und andere Materialien werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige.

## § 9 Probeabzüge

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

## § 10 Abdruckhöhe von Anzeigen/Abnahmemengen

Weicht das Format der angelieferten Druckunterlage von dem im Auftrag bestellten Format ab, so weist der Verlag den Auftraggeber auf diese Abweichung hin. Liefert der Auftraggeber bis zum Druckunterlagenschluss nicht das bestellte Format nach, ist das in Abdruck gebrachte Anzeigenformat Grundlage für den Anzeigenpreis.

## § 11 Anzeigenbeleg von gedruckten Anzeigen

1. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch Anzeigenbelege. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Komplette Belegexemplare liefert der Verlag auf Anfrage nur ab viertelseitigen Anzeigen. Im Übrigen stellt der Verlag dem Auftraggeber Belegexemplare in Rechnung.

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ANZEIGEN DEINE BAHN

2. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

## § 12 Satz und Druckvorstufe

1. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern, Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
2. Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.

## § 13 Zahlungsbedingungen

1. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung, soweit möglich, sofort bzw. innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt.
2. Die Rechnung ist sofort nach Rechnungseingang zu bezahlen.

## § 14 Zahlungsverzug

1. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.
2. 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.
3. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren. Bei Anzeigenaufträgen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass das Anzeigengeschäft nicht mehrwertsteuerpflichtig ist. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Mehrwertsteuerpflicht der Anzeige bejaht.

## § 15 Gewährleistung

1. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist diese dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.
2. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste genannte durchschnittliche Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie 20 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind Minderungsansprüche wegen sinkender Auflagenhöhe 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.

Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengen- oder Malstaffel für mindestens drei Ausgaben. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Eine Auflagenminderung von 20 v. H. berechtigt zu einer Preisminderung von 20 v. H. Die Rück-

vergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder, falls nicht mehr möglich, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

3. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren zwölf Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

## § 16 Haftung

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag sind unabhängig vom Rechtsgrund, insbesondere aufgrund Verzug, der Verletzung vertraglicher Pflichten, der Verletzung gewerblicher Schutzrechte Dritter und unerlaubter Handlung ausgeschlossen, es sei denn, der Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haben vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt oder eine Vertragspflicht leicht fahrlässig verletzt, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist oder die Schadensersatzansprüche resultieren aus einer Beschaffenheitsgarantie.
2. Soweit der Verlag dem Grunde nach haftet, wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des jeweiligen Anzeigenentgelts begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei Vorsatz oder wenn das schadensauslösende Ereignis durch den Verlag, seine Vertreter oder Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig verursacht wurde.
3. Alle Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Umständen Kenntnis erlangt hat, die den Anspruch begründen, oder in dem der Auftraggeber von diesen Umständen hätte Kenntnis erlangen müssen. Dies gilt nicht für Ansprüche aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung.
4. Resultieren die Schadensersatzansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz, findet vorstehende Haftungsbegrenzung keine Anwendung. Gleiches gilt bei der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit.

## § 17 Werbe- und Mediaagenturen

Werbe- und Mediaagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden 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 wird nicht auf Privatpreise gewährt. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbe- und Mediaagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbe- oder Mediaagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbe- oder Mediaagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbe- und Mediaagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbe- oder Mediaagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbe- oder Mediaagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt.

## § 18 Speicherung von Kundendaten

Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den gesetzlichen Datenschutzbestimmungen.

## § 19 Schlussbestimmungen

1. Änderungen und Ergänzungen der in diesen Bedingungen enthaltenen Bestimmungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.
2. Der Vertrag bleibt auch bei rechtlicher Unwirksamkeit einzelner Punkte in seinen übrigen Teilen verbindlich.
3. Erfüllungsort für sämtliche Ansprüche aus dem zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag geschlossenen Vertrag ist Berlin.
4. Ausschließlicher Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist Berlin.