

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER PUBLIMEDIA GMBH

§ 1 Allgemeines

Diese Bedingungen sowie die jeweils gültige Preisliste von Publimedia gelten, auch wenn im Einzelfalle nicht darauf Bezug genommen wird, für alle, von Publimedia gemachten Angebote, geleisteten Dienste, geschlossenen Verträge und die Nachträge einschließlich der darin genannten Vertragsbestandteile unter Ausschluss aller, von Kunden gestellten und/oder hinterlegten Bedingungen. Änderungen der vorliegenden Bedingungen sind schriftlich festzulegen und gelten ausschließlich für die Verträge, auf die sie sich ausdrücklich beziehen. Diese Bedingungen finden auch auf die bereits früher abgeschlossenen Verträge von Publimedia Anwendung. Mit der Erteilung des Auftrages erkennt der Auftraggeber die nachstehenden Geschäftsbedingungen sowie die jeweils gültige Preisliste von Publimedia an. Für die schriftlichen Anzeigen, Erklärungen und Rechnungen genügt ein Computerbrief, auch wenn er nicht handschriftlich durch den Verfasser unterzeichnet wurde.

Bei Änderungen der Anzeigenpreisliste oder der Geschäftsbedingungen treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs sofort in Kraft.

§ 2 Anzeigen/ Beilagen/ Einhefter

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in Druckschriften von Publimedia oder in elektronischen oder digitalen Medien oder der Vertrag über die Beifügung von Beilagen oder Einheftern zu solchen Druckschriften zum Zweck der Verbreitung. Der erteilte Auftragsauftrag ist erst nach schriftlicher Bestätigung durch Publimedia rechtsverbindlich. Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die von ihm stammenden Texte ergänzend zu der Veröffentlichung in Druckschriften ebenfalls in elektronischen Medien verbreitet werden. Publimedia speichert die im Verkehr mit den Geschäftspartnern relevanten Daten zwecks Verarbeitung in automatisierten Verfahren.

2. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens einer viertel Seite sowohl an den Text als auch an andere Anzeigen angrenzen können. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

3. Der Auftraggeber hat gemäß den Anweisungen der Publimedia für eine rechtzeitige Anlieferung des Anzeigematerials zu sorgen. Ist eine Anzeige auf der Basis von einer Füllfarbe, bzw. mehreren Farben, und/oder Vierfarbendruck aufgenommen worden, ist das entsprechende Anzeigenmaterial farbengetrennt aus den Verfahrensfarben Gelb, Magenta, Cyan und Schwarz der Europaskala aufgebaut und zusammen mit einem verbindlichen Farbmuster mit Kontrollstreifen anzuliefern. Sonderfarben oder Farbtöne, die durch den Zusammendruck von Farben der verwendeten Eurokala nicht erreicht werden können (z.B. Gold, Silber), bedürfen einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung mit Publimedia; diesbezüglich gelten gesonderte Preise gemäß jeweils aktueller Preisliste von Publimedia. Geringfügige Abweichungen vom Originalfarbton bleiben vorbehalten. Publimedia kann eventuelle Schadensersatzansprüche nicht behandeln, wenn das Anzeigenmaterial nicht den Richtlinien entsprechend angeliefert wurde. Falls nach dem Urteil von Publimedia das Anzeigenmaterial überhaupt nicht, nicht rechtzeitig, unbrauchbar, unvollständig und/oder beschädigt angeliefert wurde, entfällt für den Auftraggeber das Recht auf Veröffentlichung in der Zeitschrift, unbeschadet der Verpflichtung des Auftraggebers zur Erfüllung seiner finanziellen Verpflichtungen gegenüber der Publimedia. Der Auftraggeber erteilt Publimedia die Erlaubnis, in einer derartigen Situation nach freiem Ermessen der Publimedia eine oder mehrere „alte“, bereits im Publimedia-Besitz befindliche Anzeige(n) des Auftraggebers, zu veröffentlichen; dies gilt auch dann, wenn der Text, die Abbildung(en) und/oder die diesbezüglichen Themen in der betreffenden „alten“ Anzeigen größtenteils und/oder völlig von der/den ursprünglich geplanten Anzeige/Anzeigen abweichen, ohne dass hieraus Schadensersatzansprüche des Auftraggebers resultieren.

4. Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Herstellungskosten, insbesondere Satz-, Film- und Lithokosten, verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Kosten für die Anfertigung bestellter Bilder, Druckunterlagen, Druckstöcke, Filme, Lithos, Matern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu tragen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen und Belichtungsdateien nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.

5. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die Publimedia nicht zu vertreten hat, so ist der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, gleichwohl verpflichtet, den vollen Anzeigenpreis zu bezahlen. Die entsprechende Restrechnung, die ggf. zunächst auch nur für einen Teilbetrag erstellt werden kann, ist unabhängig davon, ob die gesamte Abnahmezeit bereits abgelaufen ist, zur Zahlung fällig. Kommt der Auftraggeber mit der Anlieferung des Anzeigenmaterials in Verzug, ist die gesamte Auftragssumme eines beauftragten Anzeigenabonnements sofort fällig und vom Auftraggeber zu erbringen. Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenvertrag durch den Auftraggeber ist nicht zulässig.

6. Publimedia behält sich nach freiem Ermessen vor, Anzeigenaufträge anzunehmen oder abzulehnen. Insbesondere behält sich Publimedia vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlich, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen von Publimedia abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Bei einer Terminfestlegung behält sich Publimedia die Möglichkeit einer Verschiebung um eine oder mehrere Ausgaben vor. Ferner behält sich Publimedia nach freiem Ermessen vor, im Rahmen der Beauftragung von Textanzeigen und Produktinfo-Anzeigen eine geringere als die im Anzeigenauftrag angegebene maximale An-zahl von Anzeigen zu veröffentlichen. Ansprüche auf Nachlass bzw. Rabattierung des Anzeigenpreises bzw. sonstige Ansprüche des Auftraggebers entstehen hierdurch nicht.

7. Für die Aufnahme von Anzeigen an bestimmten Plätzen oder in bestimmten Nummern sowie für den Ausschluss von Wettbewerbsanzeigen oder eine Alleinbelegung wird keine Gewähr übernommen. Enthalten Anzeigenvorlagen von Publimedia abgelehnt worden sind, so gilt der Anzeigenauftrag an sich unter allen Umständen als verbindlich erteilt, auch wenn den Vorschriften nicht entsprochen werden kann. Für angemessene Platzvorschriften werden die tariflichen Sätze berechnet.

8. Fest erteilte Aufträge können nicht abbestellt werden, auch nicht, wenn die innere Einteilung, die Ausstattung, der Umfang der Titel oder die Besitzverhältnisse der Zeitschrift geändert werden oder wenn einzelne Anzeigenvorlagen von Publimedia abgelehnt worden sind. Für Anzeigen mit Sonderplatzierungen (auch Umschlagseiten und Sonderformate) besteht kein Rücktrittsrecht. Werden innerhalb eines Jahres weniger Anzeigen als vereinbart abgenommen, so ist Publimedia berechtigt, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen Abnahme aufgrund der Preisliste entsprechenden Nachlass nach zu berechnen.

9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und im Rahmen von Vierfarb-Anzeigen geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probe-

abzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Abdruck als erteilt. Publimedia berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihr innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Dies gilt nur für Anzeigen, die Publimedia erstellt hat. Kosten für die vom Auftraggeber gewünschten oder von ihm zu vertretenden Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Änderungen sind vom Auftraggeber schriftlich mit genauer Angabe des Textes oder Bildmaterials etc. und der Ausgabe spätestens drei Wochen vor Anzeigenschlusstermin, bei Beilagenaufträgen spätestens sechs Wochen vor Streutermen, zu übermitteln. Die bereits entstandenen Herstellungs- oder Vorbereitungskosten gehen zu Lasten des Auftraggebers.

10. „Beilagen“ sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen und Prospekte; „Einhefter“ sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen oder Prospekte. Beilagen und Einhefter müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Vor Auftragsannahme ist die Vorlage eines verbindlichen Musters erforderlich. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Die Einhefter sind unbeschritten anzuliefern, mehrblättrige Einhefter müssen gefalzt angeliefert werden; die Vorderseite muss gekennzeichnet sein. Auch bei bestätigten Terminen für Beilagen und Einhefter ist der Auftrag erst endgültig angenommen, wenn der Verlag wenigstens 14 Tage vor Beilegung ein Muster der Beilage/des Einhefters prüfen konnte. Beilagen und Einhefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm des Auftraggebers werben. Wenn Beilagen für zwei oder mehr Firmen werben oder Fremdanzeigen enthalten, behält sich der Verlag die Ablehnung oder Höherberechnung des Auftrages vor. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Eine Alleinbelegung sowie Konkurrenzanschluss kann nicht eingeräumt werden. Die Beilagen müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erschwerisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert berechnet. Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Beilegung. Beilagen/Einhefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden. Es kann nur die Gesamtauflage belegt werden. Die einzuheftenden bzw. beizulegenden Drucksachen/Prospekte müssen einwandfrei verpackt bis spätestens 10 Werktage vor Erscheinungstermin der belegten Ausgabe Frachtfrei geliefert werden. Beilagen und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

11. Besonderheiten bei Postkarten/Warenproben:

Die Haftung gegenüber dem Käufer/Empfänger der Zeitschrift für eventuelle Verschmutzungen oder Beschädigungen, die durch ausgelassene Warenproben verursacht werden, liegt beim Auftraggeber. Publimedia behält sich vor, Aufträge für Warenproben, die nicht problemlos mit dem Altpapier zu entsorgen sind, abzulehnen. Gegebenenfalls müssen Kosten für eine getrennte Entsorgung vom Auftraggeber übernommen werden. Die Preise können sich erhöhen, wenn die Beschaffenheit der Aufkleber die Verarbeitung erschwert und Mehrkosten verursacht werden.

Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m²) und Warenmuster auf Einheftern oder ganzzelligen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden. Warenmuster und aufgeklebte Postkarten können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden. Bitte beachten Sie die postalischen Vorschriften bei der Gestaltung von Postkarten. Es kann nur die Gesamtauflage belegt werden. Aufkleber werden nach den technischen Möglichkeiten platziert. Aufkleber sind nur in Verbindung mit Anzeigen möglich. Bei Prospekten und Warenproben ist die Annahme eines Auftrages abhängig von der erfolgreichen Durchführung eines Probelaufes. Dafür müssen vom Auftraggeber dem Verlag ca. 1.000 Original-Muster Publimedia vorgelegt werden. In jedem Fall ist 6 Wochen vor Erscheinungsdatum die Vorlage von 10 Mustern mit gewünschter Standvorlage erforderlich. Sie müssen so beschaffen sein, dass sie Verarbeitung und Versand einer Auflage nicht beeinträchtigen oder gefährden. Die ordnungsgemäße Durchführung des Auftrages ist nur gewährleistet, wenn die für die Produktion gelieferten Aufkleber in Beschaffenheit und Verpackung den nach dem Probelauf getroffenen Vereinbarungen entsprechen.

12. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Beilagen, Einhefter, etc.) übernimmt Publimedia keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten. Die Anlieferung von Beilagen und Prospekten muss grundsätzlich mit Lieferschein erfolgen, wobei die Angaben auf dem Lieferschein und auf der Palettenfahne identisch sein sollten. Die Veröffentlichung eines kostenlosen redaktionellen Beilagenhinweises liegt im Ermessen von Publimedia.

13. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet zwei Monate nach Ablauf des Auftrages. Überschüssige Beilagen werden am Erscheinungstag vernichtet.

§ 3 Haftung von Publimedia

1. Publimedia wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn sie von den Auftraggebern irreführend oder getäuscht wird. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert Publimedia Ersatz an. Für Fehler aus digitaler, elektronischer, telefonischer oder Telefax-Übermittlung oder sonstigen Irrtümern sowie bei fernmündlich veranlassenen Änderungen oder sonstigen vom Auftraggeber veranlassenen Korrekturen übernimmt Publimedia keine Haftung. Publimedia haftet ferner nicht für die Richtigkeit von Übersetzungen. Bei Reizeichnungen, Aufsichtsvorlagen, Dias, Datenträgern oder sonstigen Materialien werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt. Ohne druckverbindlichen (Digital-) Proof spätestens zum DU-Termin kann Publimedia für die Richtigkeit der Texte, Abbildungen und speziell Farben bei elektronisch übermittelten Anzeigen bzw. Vorlagen (ISDN, E-Mail, Datenträger wie ZIP, CD-ROM, DVD usw.) keine Haftung übernehmen. Angaben zum digitalen Datenversand (Mediadaten-Formularblatt) müssen Publimedia vor Versand der Datei ausgefüllt vorliegen. Insoweit wird auf die zusätzlichen Geschäftsbedingungen von Publimedia für die Übernahme digitaler Anzeigen/Druckunterlagen für Anzeigen Bezug genommen.

Soweit der Auftraggeber die Druckunterlagen nicht zur Verfügung stellt, übernimmt er die Kosten für die Beschaffung. Die Kontrolle über fristgemäßen Abruf des Auftrages ist Sache des Auftraggebers. Die Aufbewahrung, Be- und Verarbeitung der Publimedia zur Verfügung gestellten Materialien erfolgt auf Rechnung und Risiko des Auftraggebers. Der Auftraggeber haftet für Auftragsüberschreitungen, die durch den ihn veranlasst werden, insbesondere für Maschinenstillstand.

2. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Für Fehler jeder Art aus telefonischer Übermittlung haftet Publimedia nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Eine Haftung von Publimedia für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Werden Anzeigenmotive vom Auftraggeber digital übermittelt, so ist die Haftung von Publimedia für unleserliche, unrichtige oder unvollständige Wiedergaben der entsprechenden Anzeigen ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Beilagen, Aufkleber, Einhefter, Sonderdrucke/Print-Promotion und Warenproben sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag wegen

Nichtveröffentlichung oder in sonstiger Weise nicht vertragsgerecht erfolgter Veröffentlichungen (z.B. Doppelbelegung, Zusammenhaften mehrerer Beilagen, Herausfallen von Beilagen bei der Zustellung, Verschmutzung durch den Einlegevorgang etc.) ausgeschlossen.

3. Wird der Auftraggeber aufgrund einer von ihm wegen eines wettbewerbswidrigen Verhaltens abgegebenen Unterlassungserklärung oder Verurteilung auf Zahlung in Anspruch genommen, haftet PubliMedia nur insoweit für Ersatz, als sie den Zahlung auslösenden Wettbewerbsverstoß bei der Bearbeitung einer in Auftrag gegebenen wettbewerbsrechtlich einwandfreien Anzeige vorwiegend oder grob fahrlässig begangen hat. Gibt der Auftraggeber keinen Hinweis auf einen Fehler in einer veröffentlichten Anzeige und erscheint eine wiederholte oder im Wesentlichen gleiche Folgeanzeige wettbewerbswidrig, ist eine Haftung von PubliMedia ausgeschlossen.
4. Soweit sich aus diesen Bestimmungen nichts anderes ergibt, ist eine weitergehende Haftung von PubliMedia – gleich aus welchen Rechtsgründen – ausgeschlossen. PubliMedia haftet nicht für entgangenen Gewinn oder sonstige Vermögensschäden des Auftraggebers und nicht für Folgeschäden. Der Ausschluss gilt insbesondere auch für Ansprüche wegen Verschuldens bei Vertragsabschluss, Verletzung von Nebenpflichten und Produzentenhaftung gem. § 823 BGB.

Im Fall einer Unmöglichkeit der Leistung oder Verzug beschränkt sich die Haftung von PubliMedia für mögliche Schadensersatzansprüche auf maximal 10% des Auftragwertes. Weitergehende Ansprüche des Kunden wegen Unmöglichkeit der Lieferung und Verzuges sind ausgeschlossen.

5. Der Haftungsausschluss/die Haftungsbegrenzung gem. Abs. 4 gilt nicht, wenn die Schadensursache auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit durch einen Mitarbeiter oder Erfüllungsgehilfen von PubliMedia beruht; im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet PubliMedia darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen. Der Haftungsausschluss gilt ferner nicht für Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz, wegen der schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten sowie für Ansprüche wegen Schäden aus der Verletzung von Leben, des Körpers oder der Gesundheit. Der Schadensersatzanspruch für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist jedoch auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden begrenzt.
6. Die Regelungen gem. Abs. 4 erstrecken sich auf Schadensersatz neben der Leistung und auf Schadensersatz statt der Leistung, gleich aus welchem Rechtsgrund. Soweit eine Haftung ausgeschlossen oder begrenzt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen von PubliMedia. Die Haftung von PubliMedia ist ferner, abgesehen von den Fällen der Beschränkung der Haftungshöhe auf die Auftragssumme, in den gesetzlich zulässigen Fällen auf die Leistungen der Betriebshaftpflichtversicherung von PubliMedia beschränkt.

7. PubliMedia beachtet die übliche Sorgfalt in Bezug auf Filme, Lithos, Arbeitszeichnungen, Lay-outs, Dias, Fotos, CD-ROMs, DVDs, Farbproofs und andere, ihr vom Auftraggeber zur Verfügung gestellte Materialien, und zwar für den Zeitraum von zwei Monaten nach der Zurverfügungstellung. Nach dieser zweimonatigen Periode haftet PubliMedia nicht mehr für das betreffende Material, dessen Rücksendung nicht verlangt wurde. PubliMedia trägt für dieses Material auch keine Verantwortung mehr. PubliMedia hat das Recht, nach Ablauf dieser Periode die obengenannten Materialien zu vernichten, auch wenn PubliMedia innerhalb der Periode von den von dem Auftraggeber zur Verfügung gestellten (auch digitalen) Materialien keinen Gebrauch gemacht hat, ohne dass dies zur Nichterfüllung, oder zu einem Anspruch auf Schadensersatz seitens des Auftraggebers wegen irgendwelcher Schäden PubliMedia gegenüber führen kann.

§ 4 Gewährleistung

1. Der Auftraggeber hat im Falle des unleserlichen oder unvollständigen oder sonst wie fehlerhaften Drucks der eingereichten Anzeige(n) Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, jedoch nur insoweit, als der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

Reklamationen hinsichtlich der von PubliMedia gelieferten Waren und/oder von ihr geleistete Dienste, sind innerhalb einer angemessenen Frist, jedoch spätestens innerhalb von 7 Tagen seit Erscheinungsdatum schriftlich bei PubliMedia geltend zu machen. Falls diese Frist nicht eingehalten wird, entfallen alle Ansprüche des Auftraggebers und der Auftrag gilt als fehlerfrei durchgeführt. Bei mündlichen Vereinbarungen trägt ausschließlich der Auftraggeber das Risiko von Irrtümern.

2. Für den Druckausfall im Fortdruck kann bei Anlieferung von Druckbelegen keine Gewährleistung übernommen werden. Farbabweichungen in den einzelnen Druckorten sind verfahrensbedingt und rechtfertigen keine Ersatzansprüche. Geringfügige Passerdifferenzen können auftreten. Bei Split-Anzeigen mit Zusatzfarben kann die Wechselform nur in der Schwarzform verarbeitet werden. PubliMedia behält sich vor, aufgrund technischer Erfordernisse Schmutzfarben aus der Vierfarbskala aufzubauen. Werden bei Formaten mit BUNDdurchdruck die Farben auf beiden Heftseiten unterschiedlich genutzt, so erfolgt die Berechnung für jede Heftseite getrennt zu den für die Teilformate geltenden Tarifpreisen.

§ 5 Zahlungen

1. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, spätestens vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist fällig sieben Tage nach Rechnungserhalt netto Kasse, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt, sofern ältere Rechnungen desselben Auftraggebers nicht überfällig sind. PubliMedia hat das Recht, eine Vorauszahlung auf die jeweiligen Rechnungsbeträge zu verlangen.
2. Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung durch PubliMedia ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. PubliMedia behält sich die Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige, Beilage oder des Einhefters bejaht.
3. Voraussetzung für eine mögliche Provisionszahlung an Werbungsmittele ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbungsmittele erteilt wird und Text- bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbungsmittele und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsmittele abzugeben an die Preisliste von PubliMedia zu halten. Die von PubliMedia gewährte Vermittlervergütung darf an den jeweiligen Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Soweit Auftragsaufträge über Werbeagenturen vermittelt werden, und PubliMedia hierfür eine Vermittlungsprovision zahlt, begründet eine solche Zahlung keinen Rechtsanspruch. Ein Anspruch der Werbeagentur auf Zahlung einer Provision oder einer bestimmten Provisionshöhe besteht daher auch nach mehrmaliger Provisionszahlung durch PubliMedia nicht.

4. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8 % über dem Basissatz nach § 1 des Diskontsatzüberleitungsgesetzes, sowie mindestens EUR 50,00 Bearbeitungsgebühr pro Mahnung, sowie die Einziehungskosten berechnet. Ist die Gesamtzahlung des Auftrages in Raten vereinbart, sind die noch ausstehenden Raten sofort fällig, wenn der Auftraggeber mit der Zahlung einer Rate in Verzug ist. Gleiches gilt bei Verzug des Auftraggebers mit der auftragsgemäßen Anlieferung des Anzeigenmaterials gem. § 1 Abs. 2. Der Verzug mit einer Zahlung führt zu einer sofortigen Einforderung auf dem Rechtswege aller Beträge, die der Auftraggeber wegen

eventueller anderer Rechnungen oder Aufträge noch schuldet und zwar, auch dann, wenn in Bezug auf diese anderen Aufträge Ratenzahlung vereinbart worden ist. Der Verzug mit einer Zahlung oder mit der Anlieferung des auftragsgemäßen Anzeigenmaterials führt ferner zu der sofortigen Fälligkeit aller Zahlungen, die PubliMedia aus einem laufenden Auftrag zukünftig zustehen. PubliMedia kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Wird eine entsprechende Vorauszahlung bzw. die Zahlung der gesamten Auftragssumme trotz Aufforderung durch PubliMedia nicht erbracht, ist PubliMedia nicht mehr verpflichtet, den erteilten Auftrag zu erfüllen, behält jedoch den Anspruch auf Zahlung der gesamten Auftragssumme. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist PubliMedia 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei Konkurs wird der Gesamtbetrag für noch abzuhemmende Anzeigen sofort fällig. Der bewilligte Nachlass fällt bei Konkurs, Zwangsvergleich oder im Falle einer Klage weg.

Alle PubliMedia durch den Verzug oder sonstige Nichterfüllung von Verpflichtungen des Auftraggebers entstehenden Kosten und Gebühren, sowohl gerichtliche als auch außergerichtliche, unter denen auch solche zu verstehen sind, die im Falle eines Gerichtsverfahrens nicht zu Lasten des Auftraggebers gehen (z.B. Kosten eines Inkasso-Unternehmens, anwaltliche Beratungskosten, Kosten der Informationsbeschaffung wie Creditreform, Schufa, Postanfragen, Bank-, Handelsregister- und Grundbuchauskünfte, Halterauskünfte etc., Zeitaufwand von PubliMedia) sowie Kosten der Zwangsvollstreckung werden dem Auftraggeber in Rechnung gestellt. Eine Eintreibung seitens PubliMedia erfolgt, wenn der Auftraggeber nach zweimaliger Mahnung keine Zahlungen erbracht hat; in diesem Fall entstehen Mindesteintreibungskosten in Höhe von 15 % der Auftragssumme.

5. PubliMedia liefert mit der Rechnung für gestaltete Anzeigen auf Wunsch einen Anzeigenbeleg; bei Wiederholungsanzeigen nur von der ersten Anzeige. Je nach Art und Umfang des Auftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Aufnahmebescheinigung von PubliMedia über die Veröffentlichung der Anzeige.
6. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen, Druckstöcke, Filme, Lithos, Matern, Zeichnungen, sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
7. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie
bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20%
bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15%
bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10%
bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5%

beträgt. Die eventuelle Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder – wenn dies nicht mehr möglich ist – als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens EUR 5.000,- beträgt. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

8. Bei Bezahlung mittels Einzugermächtigung haben Zahlungen durch Vorauszahlung bei Auftragserteilung mittels eines Einzugermächtigungsscheins zu Gunsten der PubliMedia zu erfolgen. Der Kunde ermächtigt PubliMedia hierdurch, die diesbezüglichen Beträge, die er der PubliMedia schuldet, von seinem Bank- oder Postscheckkonto einzuziehen. Die Kosten, die die Banken bzw. die Postbank für ihre Dienste in Rechnung stellen, werden direkt weitergegeben und direkt vom entsprechenden Bank- oder Postscheckkonto abgebucht. Postgebühren und Handlingkosten sind nicht rabattierfähig.

§ 6 Angebote/ Aufträge

1. Alle Angebote von PubliMedia sind unverbindlich, sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart wurde. Aufträge sind erst bindend für PubliMedia, nachdem sie schriftlich bestätigt worden sind. Das gilt insbesondere für Individualvereinbarungen, die mit Vertretern und anderen Vermittlern getroffen werden; erfolgt keine Bestätigung durch PubliMedia, gelten für den entsprechenden Auftrag die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von PubliMedia. Alle für PubliMedia bestimmten Anzeigen und Erklärungen sind schriftlich abzugeben.
2. Wird PubliMedia ein Auftrag durch einen Stellvertreter des Auftraggebers erteilt, der zu einer derartigen Beauftragung nicht befugt war, und genehmigt der Auftraggeber den fraglichen Vertrag nicht im Nachhinein, so wird der vollmachtlose Stellvertreter persönlich zum Vertragspartner von PubliMedia und gilt als Auftraggeber im Sinne dieser AGB. Er ist insbesondere verpflichtet, die Zahlungspflichten des Auftraggebers aus dem Auftrag persönlich zu erfüllen.
3. Wenn innerhalb von 30 Tagen auf ein Angebot kein Auftrag erteilt wird, ist auf Aufforderung von PubliMedia das Angebot mit allen dazugehörigen Zeichnungen, Entwürfen und Berechnungen innerhalb von 14 Tagen nach Aufforderung, frankiert an PubliMedia zurückzusenden.

§ 7 Zeichnungen, Entwürfe und Berechnungen

Die PubliMedia ist berechtigt, eine Vergütung für die von ihr auf Wunsch des Auftraggebers erbrachten Gestaltungen, Gestaltungsvorschläge, Änderungen, digitaler Aufbereitung und Erstellung zu verlangen, die sich nach der hierfür jeweils gültigen Preisliste von PubliMedia richtet.

§ 8 Freistellung

1. Durch die Erteilung eines Auftrags zur Veröffentlichung einer von einem Auftraggeber bzw. im Namen eines Auftraggebers zur Verfügung gestellten Anzeige erklärt der Auftraggeber, dass durch Veröffentlichung der Anzeige keine Urheber- oder sonstigen Rechte Dritter verletzt werden. Gleichzeitig stellt er PubliMedia von allen urheber-, persönlichkeits-, wettbewerbs- oder sonstigen schutzrechtlichen Ansprüchen Dritter, die aus oder im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeige, der Beilage oder des Einhefters, entstehen, frei. PubliMedia behält sich zudem vor, bei einem Verstoß gegen die vorliegende Erklärung entsprechende Schadensersatzansprüche geltend zu machen.
2. Falls es sich bei redaktionellen Äußerungen um einen Beitrag, eine Textanzeige und/oder eine Produktinformation, eine Presseinformation oder Produktanzeige handelt, den PubliMedia von einem Auftraggeber erhalten hat, ob er Kunde ist oder nicht, erklärt dieser sich mit dem Inhalt, der Art, dem Sinn und der Richtigkeit des genannten Beitrages, der Textanzeige und/oder der Produktinformation, Presseinformation oder Produktanzeige einverstanden. Für Inhalt, Art, Sinn und Richtigkeit haftet der Auftraggeber. Weiter erklärt und garantiert der Auftraggeber mit Übergabe des entsprechenden Materials, dass keine Fehler, falschen Behauptungen, Aussagen, Unvollständigkeiten etc. gemacht wurden, und dass von ihm eventuell dazu gelieferte (digitale) Fotos, technische Zeichnungen etc. für diesen Beitrag, die Textanzeige und/oder die Produktinformation, Presseinformation oder Produktanzeige in-

haltlich richtig und frei von Rechten Dritter sind bzw. die erforderlichen Genehmigungen dem Auftraggeber vorliegen. Aus layouttechnischen Gründen behält sich PubliMedia vor, während der Produktion marginale Änderungen an der Textlänge, nicht jedoch am Inhalt vorzunehmen, die nicht noch einmal gesondert mit dem Auftraggeber abgesprochen werden. PubliMedia behält sich ferner vor, hinsichtlich des zur Veröffentlichung übergebenen Materials nach Rücksprache mit dem Auftraggeber Kürzungen oder Änderungen vorzunehmen, sofern Anhaltspunkte für einen Wettbewerbsverstoß oder sonstige mögliche Verletzungen von Rechten Dritter vorliegen.

3. Falls Dritte gegen PubliMedia mit Erfolgsaussichten ein gerichtliches Verfahren anstrengen oder dies androhen, und zwar in bezug auf Anzeigen und/oder Werbetexte, die im Auftrag eines Auftraggebers von PubliMedia veröffentlicht wurden, ist PubliMedia berechtigt, vom Vertrag mit dem Auftraggeber zurückzutreten. In einem solchen Fall haftet PubliMedia nicht für einen eventuellen, dem Auftraggeber entstandenen Schaden, der direkt oder indirekt im Zusammenhang mit der Beendigung des Vertragsverhältnisses steht.

§ 9 Änderungen

Alle Angaben und/oder Erwähnungen in bezug auf Auflagen und Auflagenumfang, Format, Veröffentlichungsfrequenz, Erscheinungsdatum, Lieferfristen, Druckverfahren, Umfang und Art des Adressenbestandes, Papierart, Zahl der Abonnements, bzw. Auflagen, Gewichte, Umfang je Ausgabe etc. sind unverbindlich. Abweichungen und/oder Änderungen, welcher Art auch immer, werden von PubliMedia ausdrücklich vorbehalten, und können weder zu Nichterfüllung noch zu irgendeinem Anspruch auf Schadensersatz führen.

PubliMedia kann insbesondere zu jeder Zeit eine alternative Verbreitung des Werbematerials und/oder Ausgaben anordnen, sofern dies dem Auftraggeber zumutbar ist.

§ 10 Abtretung

Der Kunde erkennt hierdurch ausdrücklich das Recht von PubliMedia an - und insoweit erforderlich überträgt er hiermit dieses Recht auf PubliMedia -, ihre Rechte auf Grund dieses Vertrages nach freier Wahl Dritten zu übertragen.

§ 11 Höhere Gewalt

Durch höhere Gewalt, bei Arbeitskämpfe, Streik, Aussperrung, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung, Betriebsstörungen begründete zeitweilige Unterbrechung der Anzeigenveröffentlichung und dergleichen - sowohl im Betrieb des Verlages als auch im fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient - entbindet nicht vom Vertrag. In solchen Fällen verlängert sich die vereinbarte Abnahmzeit entsprechend. Die Forderung von Schadensersatz bleibt ausgeschlossen. Der Verlag hat Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Alle weiteren Ansprüche auf Erfüllung oder Schadensersatz sind ausgeschlossen.

In Fällen von Nicht- oder nicht rechtzeitiger Lieferung an PubliMedia durch deren Zulieferanten, Nicht-, bzw. nicht rechtzeitige Durchführung der von PubliMedia an Dritte in Auftrag gegebenen Arbeiten, Ein- und Ausfuhrverboten, Maßnahmen deutscher und/oder ausländischer Behörden, die die Durchführung dieses Vertrags beschwerlichen, und/oder kostspieliger machen, als beim Vertragsabschluss vorhersehbar war, hat PubliMedia das Recht, alte Anzeigenverträge sofort teilweise oder ganz zu annullieren, oder aber deren Umsetzung zeitweilig zu verschieben. Falls PubliMedia dieses Recht in Anspruch nehmen möchte, so reicht hierzu eine schriftliche Mitteilung an den Auftraggeber aus.

§ 12 Adressenänderung

Der Kunde ist verpflichtet, PubliMedia Änderungen der Adresse oder Eintragung spätestens nach Ablauf von 10 Arbeitstagen anzuzeigen.

§ 13 Sonstige Bestimmungen

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Erklärungen, die per Einschreiben an die letzte PubliMedia bekannt gegebene Adresse des Auftraggebers gesendet werden, gelten diesem als zugegangen. Sollten einzelne Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Rechtswirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt.

Sofern sich aus der Auftragsbestätigung nichts anderes ergibt, ist der Geschäftssitz von PubliMedia Erfüllungsort.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die Übernahme von digitalen Anzeigen/ Druckunterlagen für Anzeigen:

Um digitale Anzeigen/Druckunterlagen annehmen und problemlos weiterverarbeiten zu können, müssen bestimmte Bedingungen beachtet werden:

- OFFENE-DATEI
- PDF-DATEI

Kriterien für sowohl OFFENE DATEIEN als auch PDF-DATEIEN:

Anzeigen-Format	Anzeigen müssen im Originalformat 1:1 angelegt werden
Farb-Anzeigen	nur aus Cyan, Magenta, Gelb, Schwarz (Prozessfarben) mischen
Schwarz/weiß-Anzeigen	nur in schwarz/weiß bzw. Graustufen anlegen
System	Apple Macintosh (Andere Systeme können nicht verwendet werden)
Datenträger	CD-ROM / DVD
Bilddatenformate	4c-Bilder : sollten im EPS-Format abgesichert sein Bilder im EPS- oder TIFF-Format sollten nicht JPEG-komprimiert sein
Bildauflösung	- Bei Texten (Strichsachen) mindestens 600 dpi - Bei Grafiken, Graustufenbildern, Rasterbildern mindestens 300 dpi/ 120 lpc (lines per cm)
Farbmodus	Alle Farbwerte im CMYK-Farbraum Farbbilder : CMYK s/w-bilder : Graustufen Strichbilder : Bitmap
Schriften	In den Programmdateien und beigefügten Schrift-Importen dürfen keine

modifizierten Schriften benutzt werden. Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, auch in EPS-Files enthaltene, müssen im Auftrag einzeln aufgeführt sein. Nur PostScript-Schriften aus der Adobe- oder Linotype-Library verwenden.

Grafiken und Scans Scans dürfen nicht in RGB angelegt sein. RGB-Farben in Vektorgrafiken führen zu einem einfarbigem, schwarzen Farbauszug. Zulässige Dateiformate sind EPS- und TIFF-Dateien.

Farbanzeigen, Belege, Proofs

Legen Sie jeder Datenanlieferung ein Digitalproof zur Stand- und Textkontrolle bei, damit die Richtigkeit der belichteten Filme geprüft werden kann. Der Proof darf nur von den mitgelieferten Daten hergestellt sein. Farbdrucke vom Farbkopierer sind nicht druckverbindlich. Bei Farbabweichungen die aufgrund verschiedener Proofarten entstanden sind, kann der Verlag keine Garantie und Haftung übernehmen.

Datenversand

Zusammen mit den Daten werden alle Informationen über Zeitschrift/ Ausgabe-Nr., Absender/ Firma, Betriebssystem, verwendeten Programmversionen, Datei-Namen, Farben, Umfang und Formatgröße (Papierformat) des Objektes benötigt. Dateien dürfen nicht in geschlossenen PostScript-Files abgespeichert sein. Bitte füllen Sie hierzu das Formular zum digitalen Datenversand aus und faxen die Seite an die Anzeigenabteilung. Auf dem Postweg versendete Daten schicken Sie bitte ebenso an die Anzeigenabteilung.

Preise

Aufgrund der Unterschiedlichkeit in der Aufbereitung des angelieferten Datenmaterials können wir Ihnen keine verbindlichen Preise nennen. Standardpreise für reibungslose Belichtung auf Anfrage. Richtig belichtete Filme sind von perfekt angelieferten Dokumenten/ Dateien abhängig. Fehlbelichtungen aufgrund unvollständiger, fehlerhafter Dateien, falscher Einstellungen oder unvollständiger Angaben müssen zusätzlich berechnet werden. Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Inset-, Satz- oder Lithoarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs. Technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

Gewährleistungen

Bitte achten Sie auf die Vollständigkeit Ihrer Daten, da wir bei eventuellen Abweichungen bei Text, Bild und Farbe keine Haftung übernehmen können.

Zusätzliche spezielle Kriterien nur für OFFENE-DATEIEN:

Allgemeines	Stellen Sie sicher, dass Sie alle verwendeten Schriften, Logos, Abbildungen und Grafiken als Datei mitliefern, sofern sie nicht als Dokument eingebettet sind.
Software	Quark-Xpress bis Version 7.0 (Layoutprogramm) Adobe Photoshop bis Version 9.0 (Bildbearbeitungsprogramm) Adobe Illustrator bis Version 12.0 (Grafikprogramm) Andere Systeme/Programme können nicht verwendet werden.
Grafiken und Scans	Sind in der Anzeige Grafiken oder Scans platziert, müssen diese Importe unbedingt in der Datei beigefügt sein. Die Grafik- oder Bilddateien im Originalprogramm sind zusätzlich separat auf Datenträger zu speichern.
Dateiformate	EPS-Dateien mit Bildschirmvorschau, in Kurven umgewandelte oder vollständig eingebundene Schrift.

Zusätzliche spezielle Kriterien nur für PDF-DATEIEN:

Dateiformate	PDF-Dateien. Erstellung von PDF-Daten: Acrobat Distiller 7.0 mit hoch auflösender Einstellung Falls Acrobat 4.0 verwendet wird, ist ein Standardsetting „Print Optimized“ einzusetzen. Wenn dieses benutzt wird, sind alle Einstellungen richtig für das Abdrucken zum Film oder Platte.
Zusätzlich bei Erstellung zu beachten	- PDF-Datei soll eine Bildauflösung von mindestens 2400 dpi haben unter Acrobat Distiller 7.0 „Optimized“ soll auf „JA“ stehen - Alle Fonts sollen eingebettet sein, inclusive subsets unter 100% - Komprimierung von Farben und Graustufen müssen mindestens 300 dpi sein, für monochrome bitmaps soll dies 1200 dpi sein - Alle Bilder müssen in CMYK angelegt sein, bevor sie zu einer PDF-Datei gewandelt werden - In den settings soll die Option „Bilder umwandeln zu RGB“ auf „NEIN“ stehen - Alle Sonderfarben die benutzt werden, sollen umgewandelt werden zu CMYK - Bei angeschnittenen Anzeigen sollen rundum mindestens 3mm Überführung angelegt sein

§ 1

Un erwünschte Druckresultate, die sich auf eine Abweichung des Kunden von den Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen zurückführen lassen (siehe „Merkblatt Digitale Druckunterlagen“ in dieser Preisliste und unsere aktuell gültigen Richtlinien für die Auftragsabwicklung bei Anlieferung von Druckunterlagen als digitalisierte Daten), führen zu keinem Preisminderungsanspruch.

§ 2

Der Kunde hat digital übermittelte Druckunterlagen frei von sogenannten Computerviren, Würmern und sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbezeichneten Art, wird der Verlag von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die EDV-Anlage des Verlages) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadenersatzansprüche geltend machen kann. Wir werden hierfür einen Administrationsaufwand von pauschal EUR 250,- an der Kunde berechnen.

Der Verlag behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierte Schadensquellen dem Verlag Schäden entstanden sind.

§ 3

Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Preisminderungsanspruch auslösen können.

¹ Im folgenden „PubliMedia“ genannt