



Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft mit der Agentur Sowjet (Hanf Journal, www.hanfjournal.de, ...)

1. Werbeauftrag

- a. „Werbefauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere im Hanf Journal, zum Zweck der Verbreitung.
- b. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten eines Werbefauftritts bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen Vereinbarung.
- c. Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preislisten des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden: Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbemittel

- a. Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren Elementen bestehen:
 - i. Aus einem Bild
 - ii. Aus einem Text
 - iii. Aus einem Foto
- b. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nach nicht als solche erkennbar sind, werden von Seiten der Redaktion als Werbung gekennzeichnet.

3. Veränderungen des Werbemittels

- a. Andere Formate, als in der Preisliste angegeben, sind möglich, solange der Flächeninhalt identisch bleibt. Eine abweichende Breitengröße als die in den Preislisten angeführten Größen bedürfen der ausdrücklichen Absprache mit dem Anbieter.
- b. Anzeigengrößen können aus technischen Gründen bis zu 5% von der vereinbarten Größe abweichen.



4. Vertragsabschluß

- a. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrages zustande.
- b. Vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen kommt der Vertrag, bei Erteilung des Auftrages durch eine Werbeagentur, im Zweifel mit der Werbeagentur zustand. Soll ein Werbetreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen

5. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluß abzuwickeln.

6. Auftragserweiterung

Nach erfolgten Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. in Ziff. 5 genannten Frist, unter Vorbehalt vorhandener Kapazitäten auch über die im Auftrag genannten Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

7. Nachlasserstattung

- a. Wird ein Auftrag aus Umständen, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, nicht erfüllt so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahmen entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.
- b. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.

Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von zwei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.



8. Datenlieferung

- a. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen, vorbehaltlich der Regel in Ziff. 12 Abs. 3 Satz 1
- b. Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.
- c. Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen. Hier wird ein Stundenlohn von 40,- Euro vereinbart. Der Anbieter handelt auf keinem Fall ohne Auftrag in dieser Hinsicht.
- d. Einsendeschluss für eine reprofähige PC-Vorlage der Anzeige ist dem jeweiligen Jahresdruckplan, der bei der Redaktion angefordert werden kann, zu entnehmen.

9. Chiffrewerbung

Chiffrewerbung ist ausgeschlossen

10. Ablehnungsbefugnis

Der Anbieter behält sich dem Auftraggeber gegenüber vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Anbieter unzumutbar ist.

Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden.

11. Rechtsgewährleistung

- a. Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit



Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

- b. Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in 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 Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags 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 Medien.

12. Gewährleistung des Anbieters

- a. Der Anbieter 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.

Für Onlinewerbung gilt ebenso:

Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze durch anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern) oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

- b. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem



der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt der Anbieter eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

- c. Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

13. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen) aus, insbesondere wegen Unwirtschaftlichkeit der Zeitung, höherer Gewalt, Streiks, gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. Druckerei), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hierüber informiert. Sollte eine Ausgabe gar nicht in Druck gehen, so entfallen alle Ansprüche des Anbieters und des Auftraggebers, die durch einen Werbevertrag bezogen auf die ausfallende Ausgabe entstanden sind. Alle weiteren Verträge und Konditionen behalten ihre Gültigkeit.

14. Haftung

- a. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht 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 beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schaden.



- b. Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

15. Preisliste

- a. Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Nicht-Unternehmern, 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 Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden..
Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- b. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten. Die vom Anbieter gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber der Werbeagenturen und sonstige Werbemittler weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- c. Alle Preise in der Preisliste sind zuzüglich 16% MwSt.

16. Zahlungsverzug

- a. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.
- b. Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrags, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.



- c. Zahlungstermin für die Anzeigen ist der Erscheinungstag des Hanf Journals. Der Anbieter stellt zwei Wochen vorher die Rechnung.

17. Stornierung von Aufträgen

Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich bei der Agentur Sowjet GmbH i. G. eingehen. Stornierungen von Offlineanzeigen sind grundsätzlich nur bis 4 Wochen vor Druck der jeweiligen Ausgabe bei Zahlung einer Stornierungsgebühr i.H.v. 50% möglich. Wird eine Anzeige mindestens 8 Wochen vor Druckdatum gekündigt verringert sich die Stornierungsgebühr auf 15%.

Für Onlineschaltungen gilt ebenso:

Bei einer Stornierung bis mindestens 2 Wochen vor Schaltungsbeginn entstehen dem Auftraggeber keine Kosten.

Eingehende Stornierungen innerhalb 2 Wochen vor Schaltungsbeginn werden pauschal mit einer Bearbeitungsgebühr von 25% des Bruttobuchungsvolumens des jeweiligen Auftrages berechnet. Zusätzlich ist der Auftraggeber verpflichtet die bis zur Stornierung erbrachten Leistungen zu vergüten.

Diese Fristen sind separat auf jede gebuchte KW anzuwenden.

18. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, die Zahl der wirklich verteilten Werbemittel innerhalb von 2 Wochen nach Ausführung des Auftrags für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten.

19. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

20. Erfüllungsort/ Gerichtsstand

Erfüllungsort und Gerichtsstand für eventuelle Streitigkeiten ist Berlin.