

## Allgemeine Geschäftsbedingungen der Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH für Print- Anzeigenaufträge und Beilagen

Nr.	Thema	
0	Definitionen	<p>„<b>Agentur</b>“ meint Agenturen, die mit der Auftragserteilung in eigenem oder fremdem Namen befasst sind.</p> <p>„<b>Agenturkunde</b>“ ist ein Auftraggeber, für den eine von ihm beauftragte Agentur als Auftraggeberin in eigenem Namen und auf eigene Rechnung Leistungen beim Verlag bucht. In Bezug auf die Buchung besteht ein zweistufiges Vertragsverhältnis Verlag – Agentur/Agentur – Agenturkunde; die Preisgestaltung gegenüber dem Agenturkunden obliegt der Agentur. „<b>Anzeige</b>“ umfasst Anzeigen und sonstige Werbemittel.</p> <p>„<b>Direktkunde</b>“ ist ein Auftraggeber, mit dem ein direktes Auftragsverhältnis besteht. Das gilt auch dann, wenn er eine Agentur als Stellvertreterin eingeschaltet hat, die den Auftrag in seinem Namen abschließt, § 164 BGB.</p> <p>„<b>Auftraggeber</b>“ ist der Vertragspartner des Verlages (Agentur oder Direktkunde).</p> <p>„<b>Herstellungsauftrag</b>“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Erbringung von Kreative-, Herstellungs- und/oder Druckleistungen.</p> <p>„<b>Anzeigenauftrag</b>“ oder „<b>Abschluss</b>“ ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung von Anzeigen in einer vom Verlag vermarkteten Publikation und/oder die Erbringung sonstiger Leistungen des Verlages. Auch ein Vertrag über mehrere Leistungen, die auf Abruf des Auftraggebers erfolgen, ist ein Abschluss.</p> <p>„<b>Publikation</b>“ ist eine vom Verlag vermarktete Print- oder Digitalpublikation (E-Paper, eMagazine).</p> <p>„<b>Verlag</b>“ ist die Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH, Tiergartenstraße 15-17, D-69121 Heidelberg, für sämtliche von ihr vermarkteten Publikationen. „<b>Werbungtreibender</b>“ ist die juristische oder natürliche Person, die oder deren Produkte oder Dienstleistungen eine Anzeige bewirbt.</p>
1	Geltungsbereich	<p>Nachfolgende Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen (nachfolgend als „AGB“ bezeichnet) des Verlages gelten gegenüber Unternehmern, Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen für alle Anzeigenaufträge und Abschlüsse ausschließlich.</p> <p>Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit auf <a href="https://www.spektrum.de">https://www.spektrum.de</a> abrufen, ausdrucken, herunterladen bzw. speichern.</p> <p>Die AGB des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Gültigkeit ausdrücklich zu.</p> <p>Die AGB des Verlages gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichender</p>

		Bedingungen des Auftraggebers den Anzeigenauftrag bzw. den Abschluss vorbehaltlos ausführt.
2	Zustandekommen des Auftrags	Der Anzeigenauftrag kommt zustande durch die Buchung durch den Auftraggeber (Angebot) und Auftragsbestätigung durch den Verlag in Textform (Annahme) oder Erbringung der Leistung.
3	Gültige Preise	Im Verhältnis zwischen Verlag und Auftraggeber gilt die zum Zeitpunkt des Anzeigenauftrages bzw. des Abrufes gültige Preisliste des Verlages. Außer auf Anzeigenaufträge werden keine AE-Provision oder sonstige Rabatte oder Abzüge gewährt.
4	Gültigkeitsdauer	Der Verlag gewährt die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe bzw. Rabatte für alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden. Rabatte werden nicht für Unternehmer gewährt, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge bzw. Abschlüsse zu tätigen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.
5	Erstattung von Nachlässen und Rabatten	Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Veröffentlichung von Anzeigen entsprechenden Nachlass bzw. dem Rabatt dem Verlag zu erstatten.
6	Fälligkeit	Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist fällig, sofern nicht in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder im einzelnen Fall in Textform eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Rabatte für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z.B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zu verlangen.
7	Vorkasse	Zu Beginn einer neuen Geschäftsbeziehung behält sich der Verlag vor, vom Auftraggeber Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.
8	Werbeagenturen	Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
9	Direktkunde	Wird ein Direktkunde durch eine Agentur vertreten, so ist spätestens bei der Buchung in Textform ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Buchung im Namen und für Rechnung des Direktkunden erfolgen soll. Unterbleibt ein derartiger rechtzeitiger Hinweis, gilt der Vertrag als mit Wirkung für und gegen die

		Agentur abgeschlossen, § 164 Abs. 2 BGB. Der Verlag ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.
10	Anzeigenabruf	Anzeigen sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss zur Veröffentlichung abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln.
11	Druckvorlagen und Proofs	Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter – gegebenenfalls digitaler – Druckvorlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Sie müssen dem Format bzw. den technischen Vorgaben des Verlages entsprechen. Sofern Druckunterlagen in Bezug auf Anschnitt und Satzspiegel von den gebuchten und bestätigten Formaten abweichen, wird das angelieferte Format verwendet. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen und Werbemitteln endet sechs Wochen nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.
12	Ablieferung beim Verlag	Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
13	Änderung der AGB	Der Verlag ist berechtigt, die AGB und die Preislisten jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. AGB- und Preisänderungen für erteilte Aufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Ausführung der Leistung angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Bei Sonderrabatten (z.B. Gegengeschäfte etc.) werden zusätzlich anfallende Kosten (z.B. Postgebühren) gesondert ausgewiesen und nicht rabattiert und provisioniert.
14	Kennzeichnung	Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag entsprechend den gesetzlichen Vorgaben, in der Regel mit dem Wort „Anzeige“, kenntlich gemacht.
15	Ablehnung der Veröffentlichung	Anzeigenaufträge sind für den Verlag bis zur Vorlage des Musters durch den Auftraggeber und seiner Billigung durch den Verlag kündbar. Der Verlag behält sich zudem vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn <ul style="list-style-type: none"> <li>• deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder</li> <li>• deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder</li> <li>• diese Werbung anderer Personen als des Werbungtreibenden („Dritter“) oder für Dritte enthalten.</li> </ul>
16	Rechtsgarantie	<p>Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses von allen Ansprüchen Dritter frei, die von diesen gegen den Verlag im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeigen geltend gemacht werden. Der Auftraggeber stellt den Verlag diesbezüglich zudem von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Schließlich ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen und über Unterlassungserklärungen oder einstweilige Verfügungen im Hinblick auf Rechte Dritter unverzüglich schriftlich zu informieren.</p>
17	Rechteübertragung	<p>Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Anzeige in Print und Digital-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlicher Zugänglichmachung, Speicherung in und Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.</p>
18	Rechte Dritter	<p>Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Auftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Der Verlag ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Auftrag Dritter zu bedienen.</p>
19	Belege	<p>Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegstellen oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.</p>
20	Rechte wegen Mängeln	<p>Für Druckleistungen gelten im kaufmännischen Verkehr die Handelsbräuche der Druckindustrie (z.B. keine Herausgabepflicht von Zwischenerzeugnissen wie Daten, Lithos oder Druckplatten</p>

		<p>die zur Herstellung des geschuldeten Endprodukts erstellt werden) sofern kein abweichender Auftrag erteilt wurde. Offensichtliche Mängel sind innerhalb einer Frist von einer Woche ab Empfang der Arbeitsergebnisse schriftlich anzuzeigen, versteckte Mängel innerhalb einer Frist von einer Woche ab Entdeckung, anderenfalls ist die Geltendmachung des Gewährleistungsanspruchs ausgeschlossen. Bei berechtigten Beanstandungen ist der Verlag zunächst nach seiner Wahl zur Nachbesserung und/oder Ersatzlieferung verpflichtet und berechtigt. Kommt der Verlag dieser Verpflichtung nicht innerhalb einer angemessenen Frist nach oder schlägt die Nachbesserung trotz wiederholten Versuchs fehl, kann der Auftraggeber Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrags (Rücktritt) verlangen. Mängel eines Teils der gelieferten Ware berechtigen nicht zur Beanstandung der gesamten Lieferung, es sei denn, dass die Teillieferung für den Auftraggeber ohne Interesse ist. Für Toleranzen bei Abweichungen in der Farbgebung gelten die Bestimmungen zum Medienstandard Druck des Bundesverbandes Druck und Medien in der jeweils aktuellen Fassung. Darüber hinaus ist die Haftung für Mängel, die den Wert oder die Gebrauchstauglichkeit nicht oder unwesentlich beeinträchtigen, ausgeschlossen. Für Abweichungen in der Beschaffenheit des eingesetzten Materials haftet der Verlag nur bis zur Höhe des Auftragswertes.</p>
21	Haftung	<p>Der Verlag haftet unbeschränkt für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Der Verlag haftet höchstens bis zu einem Betrag in Höhe des Gesamtvolumens des Anzeigenauftrages. Eine Haftung für mittelbare und unvorhersehbare Schäden, entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen und Vermögensschäden wegen Ansprüchen Dritter ist im Falle einfacher Fahrlässigkeit ausgeschlossen. Die Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse gelten nicht für eine gesetzlich vorgeschriebene verschuldensunabhängige Haftung oder für die Haftung aus einer verschuldensunabhängigen Garantie. Die Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse gelten auch für persönliche Haftung der Arbeitnehmer, Angestellten, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen des Verlages.</p>
22	Höhere Gewalt	<p>Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Publikation 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</p>

		im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.
23	Verbundwerbung	Anzeigen, die Werbung von Dritten oder solche für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung des Verbundaufschlages.
24	Konkurrenzausschluss	Der Auftraggeber hat keinen Anspruch darauf, dass der Verlag Aufträge Dritter mit vergleichbarem Inhalt und/oder vergleichbaren Produkten ablehnt.
25	Schriftform	Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Das gilt auch für eine Aufhebung des Schriftformerfordernisses.
26	Unwirksamkeit	Sollte eine Regelung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt lassen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine solche wirksame Regelung treten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahekommt.
27	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 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.

Stand: 15.02.2019