Allgemeine Geschäftsbedingungen Pharmedia

I. Allgemeine Bestimmungen

1. Geltungsbereich

1.1. Soweit nicht abweichend geregelt, gelten diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB") der Pharmedia Anzeigen- und Verlagsservice GmbH, Oswald-Hesse-Straße 50, 70469 Stuttgart (nachfolgend „Pharmedia") für alle Geschäftsbeziehungen mit unseren Auftraggebern. Pharmedia und der Auftraggeber werden nachfolgend einzeln auch als „Partei“ und gemeinsam als „Parteien“ bezeichnet.

1.2. Das Leistungsangebot von Pharmedia richtet sich ausschließlich an Unternehmer im Sinne von § 14 BGB, d.h. eine natürliche oder juristische Person oder eine rechtsfähige Personengesellschaft, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt. Verbraucher im Sinne des § 13 BGB sind vom Anwendungsbereich dieser AGB ausgeschlossen.

1.3. Entgegenstehende oder von diesen AGB abweichende Geschäftsbedingungen wird ausdrücklich widersprochen, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, es sei denn, wir haben ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zugestimmt.

1.4. Soweit nicht abweichend vereinbart, gelten diese AGB auch für alle zukünftigen Geschäfte zwischen den Parteien, ohne dass es hierzu eines erneuten Hinweises bedarf

1.5. Diese Allgemeinen Bestimmungen (Teil I) gelten für sämtliche von uns angebotenen Leistungskomponenten. Ergänzend gelten, je nach vereinbarter Leistung, die Besonderen Bestimmungen für Druck-, Sonderdruck- und Publishing-Leistungen (Teil II), für Print-Anzeigen (Teil III) und/oder für digitale Werbeaufträge (Teil IV). Bei Widersprüchen gehen die Besonderen Bestimmungen den Allgemeinen Bestimmungen vor.

2. Leistungen

2.1. Das Leistungsangebot umfasst mehrere selbstständige Leistungskomponenten, die einzeln oder kombiniert vereinbart werden können.

2.2. Die Leistungen gliedern sich wie folgt:
(i) Druck-, Sonderdruck- und sonstige Publishing-Leistungen (Teil II),
(ii) Print-Anzeigen, Beilagen, Einhefter und sonstige Print-Werbeschaltungen (Teil III),
(iii) Digitale Werbeaufträge und digitale Werbemittel (Teil IV).

2.3. Wir sind berechtigt, die Leistungen ganz oder teilweise durch Subunternehmer erbringen zu lassen.

3. Angebot und Vertragsschluss

3.1. Unsere Angebote sind freibleibend. Etwa mit dem Angebot übergebene Unterlagen wie Kataloge, Prospekte, Abbildungen oder sonstige Beschreibungen enthalten nur annähernde Angaben, soweit sie nicht ausdrücklich als verbindlich bezeichnet sind.

3.2. Bestellungen gelten erst mit Auftragsbestätigung bzw. Rechnungsstellung oder Leistungserbringung durch uns als angenommen, soweit in den Besonderen Bestimmungen nichts Abweichendes geregelt ist.

4. Preise und Zahlung

4.1. Unsere Preise gelten ab Verlag bzw. Auslieferungsstelle zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer sowie zuzüglich Verpackung und Versand.

4.2. Die zwischen Pharmedia und dem Auftraggeber geltende Vergütung ist der Auftragsbestätigung zu entnehmen. Ist eine schriftliche Auftragsbestätigung nicht erfolgt

oder keine Vergütung auf der Auftragsbestätigung genannt, so gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.

4.3. Zahlungen sind, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart, ab Rechnungsstellung ohne jeden Abzug auf eines der angegebenen Bankkonten zu leisten. Dies gilt gleichermaßen für vereinbarte Anzahlungen und Teilzahlungen.

4.4. Rechnungen an Unternehmer werden, soweit gesetzlich zulässig und erforderlich, als elektronische Rechnung im Sinne des § 14 Abs. 1 UStG in einem strukturierten und elektronisch verarbeitbaren Format durch die Pharmedia Anzeigen- und Verlagsservice GmbH ausgestellt und an die vom Auftraggeber mitgeteilte elektronische Rechnungsadresse übermittelt.

4.5. Der Auftraggeber ist verpflichtet, dem Pharmedia eine geeignete elektronische Rechnungsadresse mitzuteilen und Änderungen unverzüglich in Textform anzuzeigen. Bis zum Eingang einer Änderungsmitteilung darf an die zuletzt mitgeteilte Rechnungsadresse übermittelt werden.

4.6. Soweit nach den gesetzlichen Vorschriften eine Rechnung in einem anderen elektronischen Format oder auf Papier zulässig ist, darf Pharmedia diese zulässige Rechnungsform verwenden. Gesetzliche Übergangs- und Ausnahmevorschriften bleiben unberührt.

4.7. Zur Annahme von Wechseln oder Schecks ist Pharmedia nicht verpflichtet. Falls wir diese annehmen, so nur zahlungshalber und nur gegen Vergütung der anfallenden Diskont- und Inkassospesen durch den Auftraggeber.

4.8. Zahlungen werden zunächst auf Kosten und Zinsen, sodann auf die jeweils älteste Forderung angerechnet. Der Auftraggeber darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht darf der Auftraggeber nur geltend machen, soweit es auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

4.9. Bei Zahlungsverzug ist Pharmedia berechtigt, weitere Leistungen von der vorherigen Zahlung oder einer angemessenen Sicherheit abhängig zu machen. Die sofortige Fälligkeit gestundeter Forderungen setzt voraus, dass konkrete Tatsachen eine erhebliche Gefährdung der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers begründen und der Auftraggeber trotz angemessener Frist keine ausreichende Sicherheit leistet.

4.10. Bei Vorauszahlung können 2 % Skonto gewährt werden, sofern der Rechnungsbetrag fristgerecht eingeht und keine älteren Rechnungen fällig sind.

4.11. Ist Zahlung mittels SEPA-Lastschrift vereinbart, beträgt die Frist für die Vorabinformation („Pre-Notification“) einen Kalendertag.

4.12. Eine etwaige Änderung der Preisliste gilt auch für bestehende Aufträge, sofern keine anderslautende Regelung schriftlich vereinbart wurde. Für von Pharmedia bereits bestätigte Aufträge sind Preisänderungen nur gültig, wenn der Auftraggeber hiervon von Pharmedia mit einer Vorlaufzeit von vier Wochen schriftlich informiert wurde (postalisch oder per E-Mail). Übersteigt die nachgewiesene Erhöhung der maßgeblichen Kosten 5 % gegenüber dem Zeitpunkt des Vertragsschlusses, ist der Auftraggeber berechtigt, den betroffenen Auftrag außerordentlich zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Preiserhöhung zu kündigen. Das Kündigungsrecht ist innerhalb von zwei Wochen nach Zugang der Information über die Preisänderung auszuüben. Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Die Preiserhöhung gilt vom Auftraggeber als genehmigt, wenn keine Kündigung im genannten Zeitraum erfolgt.

5. Pflichten des Auftraggebers

5.1. Der Auftraggeber steht für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Pharmedia zur Auftragsdurchführung übergebenen Inhalte, Daten, Vorlagen bzw. Muster und sonstigen Angaben bzw. Vorgaben zur Ausführung unserer Leistung ein. Diesbezügliche Irrtümer auf Seiten des Auftraggebers können eine Mangelhaftigkeit unserer Leistung und/oder eine Haftung nicht begründen.

5.2. Der Auftraggeber gewährleistet, dass die von ihm bereitgestellten Inhalte, Vorlagen, Daten und sonstigen Materialien rechtmäßig verwendet werden dürfen und keine Rechte Dritter oder gesetzliche Vorschriften verletzen. Der Auftraggeber stellt Pharmedia von berechtigten Ansprüchen Dritter frei, die auf einer vom Auftraggeber zu vertretende Verletzung dieser Pflichten beruhen. Die Freistellung umfasst die angemessenen Kosten

der erforderlichen Rechtsverteidigung, sofern Pharmedia den Auftraggeber unverzüglich über den Anspruch informiert, ihm die erforderlichen Informationen zur Verfügung stellt und die Rechtsverteidigung sowie Vergleichsverhandlungen angemessen mit ihm abstimmt.

5.3. Der Auftraggeber gewährleistet das Vorliegen sämtlicher für die Durchführung des Auftrags erforderlichen Rechte und überträgt Pharmedia die zur Durchführung des Auftrags erforderlichen Nutzungsrechte in dem hierfür notwendigen Umfang.

5.4. Missachtet der Auftraggeber wissentlich oder unwissentlich die Empfehlungen von Pharmedia zur Erstellung und Übergabe der von Pharmedia erbrachten Leistung, entfällt jeglicher Anspruch wegen mangelhafter Veröffentlichung des Werbemittels. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Pharmedia behält sich Ersatzansprüche vor, wenn vom Auftraggeber schuldhaft Dateien mit Computerviren übermittelt wurden und diese einen nachweislichen Schaden verursachen.

6. Lieferung und Gefahrübergang

6.1. Die Angabe der Lieferzeit ist unverbindlich.

6.2. Eine verbindliche Lieferfrist ist nur wirksam, wenn sie von uns schriftlich als solche bestätigt wird. Sie beginnt gegebenenfalls mit dem Datum unserer Auftragsbestätigung, frühestens jedoch mit dem Tage, an welchem uns der restlos – insbesondere in technischer Hinsicht – geklärte Auftrag vorliegt und eine etwa vereinbarte Anzahlung bei uns eingegangen ist.

6.3. Wünscht der Auftraggeber nach unserer Auftragsbestätigung Änderungen des Auftrags, so verlängert sich eine etwaige Leistungsfrist in angemessener Weise, wenn wir der gewünschten Änderung zustimmen.

6.4. Ist eine Partei nach Vertragsschluss durch höhere Gewalt an der Erbringung der vertraglich geschuldeten Leistungen gehindert, wird sie die andere Partei unverzüglich über die Umstände sowie die voraussichtliche Dauer des Leistungshindernisses informieren.

6.5. Für die Dauer des Leistungshindernisses gilt die betroffene Partei nicht als verantwortlich oder säumig. Höhere Gewalt sowie sonstige von uns nicht zu vertretende Ereignisse verlängern Lieferfristen angemessen.

7. Stornierungen und Ablehnungen

7.1. Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per E-Mail bei Pharmedia eingehen.

7.2. Dem Auftraggeber bleibt jeweils der Nachweis vorbehalten, dass kein oder kein geringerer Aufwand entstanden ist. Pharmedia bleibt der Nachweis vorbehalten, dass ein höherer Schaden entstanden ist. Bei Teilstornierungen ist die vorstehende Regelung entsprechend anzuwenden. Dem Auftraggeber bleibt ausdrücklich der Nachweis gestattet, dass kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist.

7.3. Aufträge können nach dem sachgemäßen Ermessen von Pharmedia abgelehnt werden. Dies gilt insbesondere, wenn der Auftrag wegen seines Inhalts, seiner Herkunft oder seiner technischen Form nach einheitlichen und sachlich gerechtfertigten Grundsätzen von Pharmedia abzulehnen ist, insbesondere wenn der Inhalt gegen gesetzliche Vorschriften oder behördliche Bestimmungen verstößt oder die Durchführung des Auftrags für Pharmedia unzumutbar ist. Pharmedia informiert den Auftraggeber über eine Ablehnung des Auftrags unverzüglich nach Kenntniserlangung. Eine Ablehnung aus den genannten Gründen kann auch während der Laufzeit eines Auftrages erfolgen und das Werbemittel entfernt werden. Soweit die Dringlichkeit nicht entgegensteht, wird dem Auftraggeber zuvor Gelegenheit zur Abhilfe innerhalb einer angemessenen Frist gegeben. Die Entfernung ist auf das erforderliche Maß zu beschränken. Vergütungsansprüche für bereits ordnungsgemäß erbrachte Leistungen bleiben unberührt; eine Vergütung für nicht erbrachte Leistung entfällt.

8. Gewährleistung und Mangel

8.1. Geringfügige Abweichungen, die sich durch technische Bedingungen oder Unterschiede in den verwendeten Fertigungsstoffen zwischen Original- bzw. Druckvorlage und dem Auftragsgegenstand ergeben, bleiben ausdrücklich als handelsüblich vorbehalten und stellen keinen Mangel dar.

8.2. Offensichtliche Mängel unserer Leistung sind unverzüglich, spätestens jedoch innerhalb von 10 Tagen nach Auslieferung an den Auftraggeber bzw. dessen Erfüllungsgehilfen, in Textform zu rügen. Nichtoffensichtliche Mängel sind spätestens innerhalb von 10 Tagen ab Entdeckung schriftlich zu rügen. Bemängelte Gegenstände sind in dem Zustand, in dem sie sich im Zeitpunkt der Feststellung des angeblichen Mangels befinden, zur Besichtigung durch uns oder durch unsere Beauftragten bereitzuhalten.

8.3. Berechtigterweise geltend gemachte Mängel unserer Leistung beheben wir nach unserer Wahl unentgeltlich durch Nachbesserung oder Ersatzlieferung (Neuproduktion).

8.4. Schlägt die Nacherfüllung innerhalb einer hierfür angemessen gesetzten Frist fehl, kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten oder die Vergütung angemessen mindern.

8.5. Die Gewährleistungsfrist beträgt 12 Monate. Die vorstehende Regelung zur Gewährleistungsfrist gilt nicht, soweit das Gesetz für den Verbrauchsgüterkauf (einschließlich Rückgriffsanspruch) längere Fristen zwingend vorschreibt.

9. Haftung

9.1. Pharmedia haftet im Rahmen dieses Vertrags nach Maßgabe der nachfolgenden Regelungen:

9.1.1. Für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden haftet Pharmedia unbeschränkt. Dasselbe gilt für Schäden nach dem Produkthaftungsgesetz, für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für durch Pharmedia schriftlich abgegebene Garantien.

9.1.2. Im Übrigen haftet Pharmedia für einfache Fahrlässigkeit nur bei Verletzung einer Vertragspflicht, welche so wesentlich für die Erreichung des Vertragszwecks ist, dass der Auftraggeber auf ihre Einhaltung vertrauen darf (sog. „Kardinalpflicht“). In diesem Fall ist die Schadensersatzpflicht von Pharmedia der Höhe nach auf die Vergütung, die mit dem Auftraggeber für die betroffene Leistung im Angebot vereinbart wurde, begrenzt.

9.2. Jegliche sonstige Schadensersatzhaftung von Pharmedia, gleich aus welchem Rechtsgrund, ist ausgeschlossen.

9.3. Für Ansprüche des Auftraggebers auf Schadensersatz oder Ersatz vergeblicher Aufwendungen gilt eine Verjährungsfrist von einem Jahr. Die Verjährungsfrist beginnt mit dem in § 199 Abs. 1 BGB bestimmten Zeitpunkt. Dies gilt nicht für die Haftung bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit oder bei Personenschäden oder nach dem Produkthaftungsgesetz.

10. Vertraulichkeit

10.1. Die Parteien sind verpflichtet, die Geschäftsgeheimnisse im Sinne des § 2 Nr. 1 GeschGehG der jeweils anderen Partei, von denen sie im Rahmen der Vertragsdurchführung Kenntnis erlangen, streng vertraulich zu behandeln und ausschließlich für die vertraglich vereinbarten Zwecke zu verwenden. Jede Partei trifft angemessene Geheimhaltungsmaßnahmen zum Schutz dieser Geschäftsgeheimnisse.

10.2. Werden von einer öffentlichen Stelle Informationen verlangt, die Geschäftsgeheimnisse der anderen Partei berühren, so ist diese Partei unverzüglich und, wenn möglich, noch vor Herausgabe der Informationen an die öffentliche Stelle zu informieren.

10.3. Die vorstehenden Verpflichtungen gelten nicht für Geschäftsgeheimnisse, die (i) zur Zeit ihrer Übermittlung bereits offenkundig oder der anderen Partei bekannt waren; (ii) nach ihrer Übermittlung ohne Verschulden der anderen Partei offenkundig geworden sind; (iii) nach ihrer Übermittlung der anderen Partei von dritter Seite auf nicht rechtswidrige Weise und ohne Einschränkung in Bezug auf Geheimhaltung oder Verwertung zugänglich gemacht worden sind; (iv) die von einer Partei eigenständig, ohne Nutzung der

Geschäftsgeheimnisse der anderen Partei, entwickelt worden sind; (v) die gemäß Gesetz, behördlicher Verfügung oder gerichtlicher Entscheidung veröffentlicht werden müssen – vorausgesetzt, die veröffentlichende Partei informiert die andere Partei hierüber unverzüglich und unterstützt sie in der Abwehr derartiger Verfügungen bzw. Entscheidungen; oder (vi) soweit die Nutzung oder Weitergabe der Geschäftsgeheimnisse auf Grund zwingender gesetzlicher Bestimmungen oder auf Grund des Vertrags gestattet ist.

10.4. Die vorgenannten Rechte und Pflichten werden von der Vertragsbeendigung nicht berührt. Die Parteien sind verpflichtet, vertrauliche Informationen der anderen Partei auf deren Verlangen bei Vertragsbeendigung zurückzugeben oder zu vernichten.

11. Datenschutz

11.1. Die Parteien werden die jeweils anwendbaren datenschutzrechtlichen Bestimmungen beachten und ihre im Zusammenhang mit dem Vertrag und dessen Durchführung eingesetzten Beschäftigten auf die Vertraulichkeit verpflichten, soweit diese nicht bereits allgemein entsprechend verpflichtet sind.

11.2. Übermittelt der Auftraggeber für die Zwecke dieses Vertrags personenbezogene Daten an Pharmedia, so steht er dafür ein, dass er nach den anwendbaren, insbesondere datenschutzrechtlichen Bestimmungen dazu berechtigt ist.

11.3. Die datenschutzrechtlichen Rollen der Parteien, die Zwecke und Mittel der Verarbeitung sowie die jeweils geltenden Rechtsgrundlagen werden für die konkrete Aufträge festgelegt. Sofern Pharmedia personenbezogene Daten im Auftrag und nach Weisung des Auftraggebers verarbeitet, schließen die Parteien vor Beginn dieser Verarbeitung eine Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung nach Art. 28 DSGVO.

12. Schlussbestimmungen

12.1. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des Internationalen Privatrechts und des UN-Kaufrechts (CISG).

12.2. Gerichtsstand für alle rechtlichen Streitigkeiten aus den Geschäftsbeziehungen mit dem Auftraggeber, die Kaufleute, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen sind, sowie Erfüllungsort für alle sich aus dem Vertragsverhältnis ergebenden Pflichten ist Stuttgart. Wir sind jedoch berechtigt, auch am Sitz des Auftraggebers Klage zu erheben.

12.3. Jede Kündigung sowie Nebenabreden, Änderungen oder Ergänzungen des Vertrags bedürfen der Textform, soweit nicht gesetzlich eine strengere Form vorgeschrieben ist.

12.4. Sollte eine Bestimmung des Vertrags oder dieser AGB unwirksam sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon unberührt. Die Parteien sind in einem solchen Fall verpflichtet, an der Schaffung von Bestimmungen mitzuwirken, durch die ein der unwirksamen Bestimmung wirtschaftlich möglichst nahekommendes Ergebnis rechtswirksam erzielt wird.

II. Besondere Bestimmungen für Druck-, Sonderdruck- und Publishing-Leistungen

1. Leistungsgegenstand

Dieser Teil II beschreibt die besonderen Vertragsbedingungen für Druck-, Sonderdruck- und sonstige Publishing-Leistungen.

2. Lieferung und Gefahrübergang

2.1. Für die Dauer der Prüfung der Andrucke, Fertigungsmuster, Korrekturabzüge usw. durch den Auftraggeber ist die Lieferzeit jeweils unterbrochen, und zwar vom Tag der Absendung an den Auftraggeber bis zum Tage des Eintreffens seiner Stellungnahme.

2.2. Eine verbindliche Lieferfrist ist eingehalten, wenn die Leistung innerhalb der vorgesehenen Frist an den Auftraggeber bzw. dessen Erfüllungsgehilfen abgesendet wird. Die Einhaltung jeder Lieferfrist setzt die pünktliche Erfüllung der Vertragspflichten des Auftraggebers voraus.

2.3. Teillieferungen sind zulässig. Wird ein Druckerzeugnis speziell für einen Auftraggeber hergestellt, sind Mehr- oder Minderlieferungen der bestellten Auflage bis zu 5 % zulässig. Der Berechnung wird stets die tatsächlich gelieferte Menge zugrunde gelegt.

2.4. Die Gefahr geht in jedem Fall auf den Auftraggeber über, wenn die Sendung unser Haus verlässt. Auf Wunsch und Kosten des Auftraggebers wird die Sendung von uns gegen Transportschäden versichert. Wird auf Wunsch des Auftraggebers der Versand oder die Zustellung verzögert, so geht die Gefahr vom Tage der Versandbereitschaft auf den Auftraggeber über.

3. Eigentumsvorbehalt

3.1. Gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung aller Forderungen aus der Geschäftsverbindung unser Eigentum.

3.2. Weiterveräußerungen bedürfen unserer Zustimmung. Forderungen aus einer zulässigen Weiterveräußerung werden bereits jetzt an uns abgetreten.

4. Urheberrechte / Vorlagen / Freistellung

4.1. Urheber- und Vervielfältigungsrechte an eigenen Skizzen, Entwürfen, Originalen, Filmen und vergleichbaren Unterlagen verbleiben bei uns.

4.2. Nachdrucke und Vervielfältigungen sind ohne unsere Genehmigung unzulässig.

4.3. Wir sind berechtigt, auf unseren Leistungen in branchenüblicher Form unser Kennzeichen anzubringen.

5. Buchpreisbindung

Soweit gelieferte Ware der Buchpreisbindung unterliegt, hat der Auftraggeber die einschlägigen Bestimmungen bei Weiterveräußerung einzuhalten und etwaige Wiederverkäufer entsprechend zu verpflichten.

III. Besondere Bestimmungen für Print-Anzeigen

1. Anzeigenauftrag

1.1. Dieser Teil III beschreibt die besonderen Vertragsbedingungen für Print-Anzeigen im weiteren „Anzeigenauftrag“ und ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden zum Zwecke der Verbreitung.

1.2. In einen Anzeigenauftrag werden alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen einbezogen. Die Laufzeit des Anzeigenauftrags beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.

1.3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 1.2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

2. Preise und Zahlung

2.1. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

2.2. 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 oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie um mehr als 20 v.H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn Pharmedia dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Bei Betriebsstörungen oder höherer Gewalt hat Pharmedia Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn der Anzeigenauftrag mit 80 v.H. der zugesicherten Garantieauflage erfüllt ist. Geringere Leistungen werden nach dem Tausender-Seitenpreis der in der Preisliste genannten Garantieauflage errechnet.

3. Stornierung und Ablehnung

3.1. Stornierungen von Anzeigen, Beilagen, Einheftern nach dem in den aktuell gültigen Mediadaten genannten Anzeigenschluss werden zu den in der Auftragsbestätigung vereinbarten Konditionen voll berechnet.

3.2. Sonderwerbeformen und Vorzugsplatzierungen, die vier Wochen oder kurzfristiger vor dem in den Mediadaten genannten Anzeigenschluss storniert werden, werden dem Auftraggeber mit mindestens 50 % der in der Auftragsbestätigung vereinbarten Vergütung in Rechnung gestellt. Bei Stornierungen zwei Wochen oder kurzfristiger vor dem Anzeigenschluss wird die in der Auftragsbestätigung vereinbarte Vergütung voll berechnet.

3.3. Beilagenaufträge sind für Pharmedia erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

4. Lieferung und Gefahrenübergang

4.1. Pharmedia liefert zu jeder Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung von Pharmedia über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

4.2. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
4.3. 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.
4.4. Wird ein Auftrag 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 Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Platzierung und redaktionelle Anzeigen

5.1. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift 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. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
5.2. Redaktionell gestaltete Anzeigen sind nur nach vorheriger Abstimmung mit Pharmedia unter Vorlage der geplanten Anzeige möglich. Dies gilt auch für Anzeigen, Beilagen oder andere Werbemittel, die durch ihren Inhalt oder Aufmachung eine Kooperation mit dem Werbeträger oder der Thieme Gruppe vermuten lassen. Redaktionell gestaltete Anzeigen müssen nach außen hin deutlich durch den Hinweis „Anzeige“ kenntlich sein.
5.3. Redaktionell gestaltete Anzeigen, die sich im Layout an das Layout des Werbeträgers anlehnen, sind grundsätzlich nicht möglich. Falls redaktionelle Anzeigen auf Ein/Durchheftern ohne Vorabsprache angeliefert werden, hat Pharmedia bzw. der Verlag des Werbeträgers das Recht, die Schaltung nicht anzunehmen sowie Ersatz für den entstandenen Aufwand zu verlangen. Falls durch unberechtigte Schaltung mit nicht zulässigen redaktionellen Anzeigen Pharmedia bzw. dem Verlag des Werbeträgers Schaden entsteht, hat dieser Anspruch auf Schadensersatz.

6. Mängel und Reklamation

6.1. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige im Umfang der Beeinträchtigungen. Lässt Pharmedia eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.
6.2. Reklamationen müssen, außer bei nicht offensichtlichen Mängeln, innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

7. Vergütung, Preis und Zahlungsbedingungen

Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

8. Schlussbestimmungen

Bei Ziffernanzeigen wendet Pharmedia für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

IV. Besondere Bestimmungen für digitale Werbeaufträge

1. Digitale Werbeaufträge

1.1. Dieser Teil IV beschreibt die besonderen Vertragsbedingungen für digitale Werbeaufträge und digitale Werbemittel.

1.2. Digitale Werbeaufträge sind kostenpflichtige Buchungen einer oder mehrerer digitaler Werbemittel oder technischer Sonderlösungen in digitalen Informations- und Kommunikationsdiensten.

1.3. In einen digitalen Werbeauftrag werden alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Werbemittel einbezogen. Die Laufzeit des Auftrages beginnt mit dem Erscheinen der ersten Veröffentlichung.

1.4. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 1.3 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

2. Pflichten von Pharmedia

2.1. Pharmedia veröffentlicht den bestätigten Auftrag auf der Grundlage der in der Buchung genannten Frequenz, Termin(e), Format(e) und Kommunikationskanälen. Ist kein Erscheinungstermin genannt, wird das Werbemittel zum nächsterreichbaren Termin ausgeliefert, sofern es keine anderslautende und bestätigte Vereinbarung gibt.

2.2. Digitale Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann aus einem oder mehreren der nachfolgend aufgeführten Elemente bestehen: - aus Bildern und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

3. Pflichten des Auftraggebers

3.1. Während der gesamten Laufzeit des Auftrages muss der Auftraggeber die Daten, auf die von dem Werbemittel verlinkt wird, aufrecht und abrufbar halten.

4. Stornierung und Ablehnung

4.1. Bei einer Stornierung bis zum in der Auftragsbestätigung angegebenen Datenanlieferungstermin entstehen dem Auftraggeber keine Kosten.

4.2. Stornierungen nach dem Datenanlieferungstermin aber vor Beginn der beauftragten und bestätigten Laufzeit des Werbemittels werden grundsätzlich pauschal mit einer Aufwandsentschädigung von 50% des stornierten Auftragsvolumens berechnet. Bei Homepage- und Festplatzierungen sowie Sonderwerbeformen im Newsletter (z.B. Stand-Alone-Newsletter) die innerhalb von 20 Werktagen vor Schaltungsbeginn storniert werden, und bei Stornierungen von Werbemitteln nach Beginn der Platzierung, beträgt die pauschale Aufwandsentschädigung 100% des stornierten Bruttoauftragsvolumens.