

Die FVW Medien GmbH verlegt als touristisches Fachmedienhaus verschiedene Fachzeitschriften sowie andere Druckwerke. Außerdem betreibt sie verschiedene Internetseiten und -Plattformen mit vielfältigen Angeboten und Dienstleistungen und richtet fachspezifische Veranstaltungen (Bsp. Messen, Tagungen, Kongresse, etc.) aus. Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Verträge mit der FVW Medien GmbH (nachfolgend: Verlag) über die Schaltung von Werbeanzeigen in den Zeitschriften und auf den Internet-Seiten sowie die Durchführung von Werbemaßnahmen jeder Art im Rahmen der vorgenannten Veranstaltungen:

Director Media & Brand Solutions  
Andreas auf der Heiden  
Telefon +49 40 41448-844  
Telefax +49 40 41448-899  
anzeigen@fvw-medien.de

## **Ziffer 1:**

„Anzeigenauftrag“ ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einem Druckwerk zum Zweck der Verbreitung. Bei rubrizierten Anzeigenaufträgen ist zusätzlich der Abdruck in der jeweiligen Rubrik vereinbart.

## **Ziffer 2:**

„Beilagenauftrag“ ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen in Form von Sonderdrucken oder anderen Werbemitteln. Sie enthalten keine Fremdanzeigen und sind vom Auftraggeber so zu gestalten, dass sie weder durch Format oder Aufmachung den Eindruck erwecken können, dass sie Bestandteil des Druckwerks sind.

## **Ziffer 3:**

„Abschluss“ ist der Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, wobei die jeweilige Veröffentlichung erst nach Abruf des Auftraggebers erfolgt. Im Rahmen eines Abschlusses vereinbarte Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.

## **Ziffer 4:**

„Werbeauftrag“ ist der Vertrag über die zeitweise Schaltung von Online-Anzeigen (Channels) im Internet zum Zwecke der Verbreitung. Eine Online-Anzeige kann nach den vom Verlag eingeräumten Wahlmöglichkeiten unter anderem aus Bildern und/oder Texten, aus Tonfolgen und/oder bewegten Bildern (Werbepbanner) oder aus sensitiven Flächen bestehen, bei deren Anklicken mittels einer der Verantwortung des Auftraggebers zuzuordnenden anderen Online-Adresse die Verbindung zu weiteren Daten hergestellt wird. Die jeweiligen Schaltungszeiträume ergeben sich aus der aktuellen Anzeigenpreisliste.

## **Ziffer 5:**

„Sponsoring“ ist der Vertrag über das Freihalten bzw. Bereitstellen von

FVW Medien GmbH  
Wandsbeker Allee 1  
22041 Hamburg

Ein Unternehmen der  
dfv Mediengruppe

Tel. +49 40 41448-0  
Fax +49 40 41448-999  
info@fvw-medien.de  
www.fvw-medien.de

Geschäftsführung:  
Ingo Becker, Peter Esser

Aufsichtsrat:  
Klaus Kottmeier, Peter Ruß,  
Angela Wisken

Bankverbindung:  
Hamburger Sparkasse  
BIC HASPADEHHXXX  
IBAN  
DE18 2005 0550 1233 1266 61

Amtsgericht Hamburg  
HRB 46377  
USt-IdNr. DE118516021

Werbemitteln im Rahmen von Veranstaltungen des Verlags. Zu den möglichen Werbemitteln zählen alle Maßnahmen, bei denen Logo und/oder Informationen des Werbetreibenden auf der Veranstaltung und/oder auf den Informationsmedien der Veranstaltung gezeigt werden. Eine abschließende Auflistung der verfügbaren und zur Verwendung freigegebenen Werbemittel ergibt sich aus dem Sponsorenprospekt zur jeweiligen Veranstaltung.

**Ziffer 6:**

Die Leistungspflicht des Verlags beschränkt sich auf den Abdruck oder die Schaltung der jeweiligen Anzeige im vereinbarten Medium bzw. Zulassung oder Bereitstellung der vereinbarten Werbemittel. Der Verlag behält sich vor, Erscheinungstermine oder Veranstaltungstermine zu verschieben. Bei Print-Anzeigen besteht kein Anspruch auf eine konkrete Platzierung der Anzeige in der Zeitschrift. Abweichende Vereinbarungen sind nur mit schriftlicher Bestätigung des Verlages wirksam.

**Ziffer 7:**

Wird ein Abschluss auf Grund von Umständen teilweise nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, für die abgerufenen Anzeigen den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

**Ziffer 8:**

Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ oder einem vergleichbaren Hinweis deutlich kenntlich gemacht.

**Ziffer 9:**

Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Veröffentlichung zur Verfügung gestellten Text-, Bildunterlagen und sonstigen Daten sowie für die im Rahmen der Veranstaltung bereitgestellten oder zugelassenen Werbemittel. Bei der Bereitstellung von Give Aways oder von Präsentationsflächen trägt der Auftraggeber allein die Verantwortung für deren Gestaltung. Der Auftraggeber stellt den Verlag gegenüber sämtlichen wie auch immer gearteten Ansprüchen Dritter, die sich aus der Anzeige, den übrigen Werbemitteln oder den Werbemaßnahmen insgesamt ergeben, frei und haftet für deren Schäden. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen und vom Anzeigenauftrag zurückzutreten.

Dies gilt insbesondere, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt,
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat beanstandet wurde,
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung oder der Form unzumutbar ist, oder
- diese Werbung von Dritten oder für Dritte enthalten, ohne dass der Verlag dieser Drittbegünstigung zugestimmt hat.

Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrages ist dem Auftraggeber rechtzeitig mitzuteilen.

Werden im Rahmen einer Veranstaltung Präsentationsflächen bereitgestellt, übt der Verlag für die gesamte Dauer der Veranstaltung das Hausrecht aus. Soweit der Verlag von der Hausordnung des Vermieters der Veranstaltungsräume abweichende Regelungen erlässt, erkennt der Auftraggeber diese als für sich und alle von ihm auf der Veranstaltung Beschäftigten verbindlich an.

**Ziffer 10:**

Mit der Übergabe der für die Anzeige notwendigen Daten und Informationen überträgt der Auftraggeber dem Verlag die Nutzungsrechte hieran. Dies umfasst sämtliche Rechte für die Nutzung der Werbung in Medien aller Art, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf. Diese Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien. Bei Anzeigen, die der Verlag für den Auftraggeber – gleich für welches Medium – gestaltet, bleiben jegliche Nutzungsrechte in der Hand des Verlages. Anzeigen sind jeweils nur für die Veröffentlichung in dem vertragsgemäß bestimmten Medium des Verlags bestimmt.

**Ziffer 11:**

Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag beim Auftraggeber Ersatz an. Der Vergütungsanspruch bleibt auch ohne einen Abdruck bestehen, wenn die für den Druck notwendigen Unterlagen nicht rechtzeitig geliefert werden.

**Ziffer 12:**

Der Auftraggeber verpflichtet sich, dem Verlag rechtzeitig vor dem Schaltungstermin von Online-Anzeigen die für die Schaltung

notwendigen Daten vollständig und technisch einwandfrei per E-Mail [anzeigen@fvw-medien.de] zuzusenden. Dabei gewährleistet er, dass er alle zur Schaltung erforderlichen Rechte besitzt. Ferner garantiert der Auftraggeber, dass die von ihm als Datei oder zur Einbindung mittels URL bereitgestellten Daten – unabhängig davon, auf welche Weise die Bereitstellung erfolgt – keine Viren, Trojaner, Würmer oder andere Schadprogramme enthalten, die geeignet wären, auf Daten oder Computerprogramme zuzugreifen und diese auszulesen, zu beschädigen oder zu verändern.

**Ziffer 13:**

Bei Online-Anzeigen gewährleistet der Verlag im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechenden Wiedergabe der Anzeige. Ein Fehler in der Schaltung liegt insbesondere nicht vor, wenn durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder -hardware oder durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall bei Dritten (insbesondere Providern), durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf Proxyservern [Zwischenspeichern] oder durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Servers von weniger als 24 Stunden Beeinträchtigungen hervorgerufen werden. Beim Ausfall des Ad-Servers über mehr als 20% des vereinbarten Zeitraums, entfällt der Zahlungsanspruch für den Zeitraum des Ausfalls.

**Ziffer 14:**

Der Auftraggeber hat die Anzeige unverzüglich nach Veröffentlichung auf den vertragsgemäßen Zustand zu überprüfen und gegebenenfalls Abweichungen anzuzeigen. Bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck von einer Print-Anzeige hat der Auftraggeber dann einen Anspruch auf eine Ersatzanzeige, wenn hierdurch der Anzeigenzweck beeinträchtigt war. Lässt der Verlag eine ihm für die Veröffentlichung der Ersatzanzeige gesetzte Frist verstreichen, verweigert er die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht vertragsgemäß, dann kann der Auftraggeber Ersatz wegen vergeblicher Aufwendungen verlangen. Weitere Gewährleistungsrechte sind ausgeschlossen.

**Ziffer 15:**

Der Verlag haftet für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Dies gilt im kaufmännischen Verkehr nur für schwerwiegendes Organisationsverschulden und grobes Verschulden leitender Angestellter. Eine Haftung für grobes Verschulden einfacher Erfüllungsgehilfen ist im kaufmännischen Verkehr

ausgeschlossen. Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur bei Verletzungen des Lebens, Körpers und der Gesundheit sowie für Verletzung wesentlicher Vertragspflichten bei Verbrauchergeschäften. Die Haftung ist in diesen Fällen auf vorhersehbare und vertragstypische Schäden und bis zum Gesamtvolumen des Anzeigenauftrags begrenzt. Jedenfalls ist eine Haftung im Übrigen für mittelbare und unvorhersehbare Schäden, entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen und Vermögensschäden Dritter im Falle einfacher Fahrlässigkeit ausgeschlossen.

**Ziffer 16:**

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.

**Ziffer 17:**

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

**Ziffer 18:**

Die Preise und Rabattregelungen ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisliste. Sie bestimmen sich nach dem vom Auftraggeber gewählten Format, das einem der in der Preisliste angegebenen Formate entsprechen muss. Die Rabattregelungen gelten auch für verbundene Unternehmen des Auftraggebers, wenn dem Verlag eine Kapitalbeteiligung von mehr als 50% nachgewiesen wird. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge, für diese jedoch nicht vor Ablauf von drei Monaten nach Bekanntgabe der neuen Preisliste.

**Ziffer 19:**

Der Verlag ist befugt, Vorauszahlung zu verlangen. Zahlungen sind innerhalb von 7 Tagen nach Zugang der Rechnung fällig. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.

**Ziffer 20:**

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung verweigern und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

**Ziffer 21:**

Der Verlag liefert mit der 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 des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

**Ziffer 22:**

Kosten für die Anfertigung bestellter Gestaltungen, Scans, Bildbearbeitungen, Erstellung von PDF-Dateien sowie sonstige für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

**Ziffer 23:**

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 solche Auflagenminderung ist aber nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren: 25 v.H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren: 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren: 15 v.H., bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren: 10 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

**Ziffer 24:**

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. Im Übrigen gilt als Gerichtsstand – sofern gesetzlich zulässig – Hamburg als vereinbart. Es gilt deutsches Recht.