

AGB

I. Geltungsbereich und Begriffe

- Die nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) sowie die jeweils bei Vertragsschluss gültige Preisliste gelten für alle Aufträge (nachfolgend: Auftrag oder Werbeauftrag) eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend auch: Auftraggeber oder Kunde) mit der Badischer Verlag GmbH & Co. KG (nachfolgend auch: Verlag oder Auftragnehmer) über die Veröffentlichung oder Verbreitung von Anzeigen und Werbung (nachfolgend einheitlich: Werbung) in Printmedien, Online-Medien, digitalen Medien und in digitalen Informations- und Kommunikationsdiensten des Anbieters (nachfolgend einheitlich: Medium/Medien) des Verlags wie Badische Zeitung, schnapp.de, Der Sonntag, Online-Rubrikenmärkte, App- und Internetangebote wie badische-zeitung.de, wohnverdiert.de, schnapp.de, fudder.de, bz-ticket.de, baden24.de o.ä.
- Werbung umfasst dabei neben Anzeigen ausdrücklich auch die Verteilung von Beilagen, Prospekten, Werbematerial oder Warenproben eines Auftraggebers in Printmedien (nachfolgend: Beilagenauftrag) sowie jede Form der digitalen Darstellung.
- Inhalt einer Werbung umfasst sämtliche zur Veröffentlichung bestimmten Inhalte, gleich ob in Text, statischen oder bewegten Bildern, Zeichen, Video, Tönen oder sonstiger wahrnehmbarer Darstellungsform, auch unter Verlinkung oder sonstiger Verbindung zu Angeboten und Darstellungen des Auftraggebers.
- Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers über den Abschluss von Werbeaufträgen haben gegenüber dem Verlag keine Geltung.
- Verbraucher im Sinne dieser AGB ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können.

II. Vertragsgrundlagen und Vertragsschluss

- Der Abschluss dieses Vertrags setzt die unbeschränkte Geschäftsfähigkeit des Kunden voraus.
- Der Vertragsschluss erfolgt nur in deutscher Sprache.
- Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag mit der Werbeagentur zustande, sofern die Werbeagentur nicht ausdrücklich im Namen und in Vollmacht eines Dritten handelt. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Verlag ist berechtigt, einen Vollmachtsnachweis zu verlangen.
- Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.
- Beilagenaufträge sind für den Auftragnehmer erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- Ein Werbeauftrag kann persönlich in einer Geschäftsstelle, telefonisch, schriftlich, per Fax oder elektronisch erfolgen. Vorbehaltlich einer abweichenden individuellen Vereinbarung kommt der Vertrag erst durch Bestätigung des Auftrags durch den Verlag in Textform zustande.
- Eine elektronische Beauftragung kann durch den Kunden mit und ohne Registrierung erfolgen. Der Vertragsinhalt wird nach Vertragsschluss gespeichert, ist dem Kunden aber nur bei Buchung mit Registrierung zugänglich. Der Kunde kann seine Angaben im Bestellvorgang bis zur Abgabe der Bestätigung einer zahlungspflichtigen Bestellung korrigieren. Mit dieser Bestätigung gibt der Kunde ein rechtsverbindliches Angebot gegenüber dem Auftragnehmer ab. Die nachfolgende Eingangsbestätigung per E-Mail enthält noch keine Annahmeerklärung des Auftragnehmers. Der Vertrag kommt erst mit Annahme des Angebots zustande, wobei die Annahme erklärt werden kann mit Auftragsbestätigung, Rechnungsstellung oder Veröffentlichung der Anzeige durch den Auftragnehmer.
- Der Auftragnehmer kann über die Annahme eines Angebots nach billigem Ermessen entscheiden. Der Verlag behält sich vor, Aufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn die Werbung rechtswidrig, Urheberrechtsverletzende, strafrechtlich relevante oder sittenwidrige Inhalte enthält oder eine Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die per Internet erteilt wurden oder die an den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen, bei Trägeragenturen, von Vertretern oder anderen Mitarbeitern des Verlags ohne Beanstandungen entgegengenommen worden sind.
- Der Anbieter kann ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 5 erfüllt werden.

III. Leistungen des Verlags, Laufzeit

- Gemäß der Auswahl des Kunden wird die Anzeige/Werbung einmalig oder für die vereinbarte Laufzeit in den vereinbarten Medien verbreitet. Die Laufzeit kann auch durch die Anzahl der Veröffentlichungen, der Anzahl von AdImpressions (Aufrufe der Werbung) oder AdClicks (Anklicken der veröffentlichten Werbemaßnahmen) vereinbart und festgelegt werden.
- Verlängerungen der Laufzeit können unter Anpassung der Vergütung vereinbart werden.

- Werbung in Onlinemedien kann ein Kunde bereits vor Beendigung der Vertragslaufzeit zu üblichen Servicezeiten deaktivieren lassen. Er bleibt in diesem Fall nach Maßgabe der vertraglich vereinbarten Laufzeit zur Zahlung der vollen Vergütung verpflichtet.
- Vorbehaltlich einer abweichenden Vereinbarung werden Aufträge unverzüglich ausgeführt. Eine Gewähr für die Veröffentlichung an einem bestimmten Tag wird nur übernommen, wenn dies durch den Auftragnehmer durch ausdrückliche Vereinbarung bestätigt wird.
- Der Verlag gewährt keinen Konkurrenzschutz; d.h. dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass Konkurrenten des Auftraggebers während des gleichen Zeitraums innerhalb der gleichen Medien Werbung schalten.
- Der Verlag ist nicht verpflichtet, Werbeeinhalte auf ihre rechtliche Zulässigkeit und auf eine mögliche Verletzung von Rechten Dritter hin zu überprüfen. Bei Kenntnis von unzulässigen Inhalten oder etwaigen Rechtsverletzungen kann die Werbung ganz oder teilweise ohne vorausgehende Benachrichtigung des Kunden gelöscht oder gesperrt werden.
- Die Pflicht des Verlags zur Aufbewahrung von Werbung endet drei Monate nach dessen letztmaliger Verbreitung.

IV. Kündigung

- Kündigungen von Werbeaufträgen müssen in Textform erfolgen.

V. Kontingente

- Gewerbliche Kunden haben die Möglichkeit, Daten für eine Vielzahl von Anzeigen/Einzelwerbungen (Kontingente) zu liefern. Hierzu wird eine gesonderte Nutzungsvereinbarung abgeschlossen. Die Kontingente können nur mit einer Frist von drei Monaten zum Monatsende gekündigt werden, wobei die Kündigung erstmals zum Ablauf des 12. Monats nach Vertragsschluss zulässig ist. Das Angebot gilt für Angebote von Immobilienverkäufen, Vermietungen, Kfz, sowie Waren und Dienstleistungen unter schnapp.de. Ab Tarif 4 (Immobilienmarkt) bzw. Tarif 1 (Kfz-Markt) sind max. 20 Gesuche inklusive. Die gelieferten Daten werden in das für die Anzeigenveröffentlichung erforderliche Format umformatiert und in das Anzeigensystem eingegeben. Bei dieser Umformatierung wird lediglich die Datenstruktur, nicht aber der Dateninhalt verändert. Der gewerbliche Kunde hat die Möglichkeit, diese Anzeigen jederzeit komplett oder teilweise zu verändern (ergänzende oder ersetzende Lieferung).

VI. Pflichten des Kunden

- Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung in Print- und anderen Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung und öffentlichen Zugänglichmachung, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte sind in allen Fällen örtlich unbegrenzt zu übertragen.
- Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Inhalte der Werbung, einschließlich Informationen, Daten, Texten, Ton, Bilder, Grafiken, Videos oder sonstigen Inhalten.
- Für die rechtzeitige und vollständige Übermittlung der Werbung oder der notwendigen Inhalte in einer den technischen Vorgaben entsprechenden Form ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Inhalte fordert der Anbieter unverzüglich Ersatz an.
- Werbung, die zu bestimmten Zeiten oder an bestimmten Plätzen eines Mediums veröffentlicht werden sollen, muss so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass der Auftraggeber noch vor Schaltung des Werbemittels unterrichtet werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
- Der Auftraggeber darf nur Dateien und Daten übermitteln, die nicht mit Viren oder Schadsoftware kontaminiert sind. Kontaminierte Dateien können entschädigungslos gelöscht werden. Bei Übermittlung kontaminierter Dateien kann der Auftraggeber für sich daraus ergebende Schäden haftbar gemacht werden.
- Der Auftraggeber ist zu vollständigen und wahrheitsgemäßen Angaben der zur Veröffentlichung bestimmten Inhalte verpflichtet. Wenn Werbung mit Fotos illustriert wird, dürfen diese nur das in der Werbung bezeichnete Objekt abbilden und nicht manipuliert sein.
- Der Kunde ist verpflichtet, keine Werbung zu beauftragen, die sittenwidrig ist oder gegen bestehende Gesetze (insbesondere Strafrecht, Wettbewerbsrecht, Urheberrecht) verstößt. Das Setzen von Cookies (Firstparty und Thirdparty) sowie weitere Datenübermittlungen (z.B. via HTTP-Request) aus Onlineanzeigen sind nicht gestattet.
- Die Beauftragung von Werbung im Namen von Dritten oder unter Einschluss von Daten von Dritten ist ohne deren ausdrückliche vorherige Zustimmung unzulässig. Insbesondere dürfen ohne Einwilligung des Betroffenen keine Bilder, Telefonnummern oder Adressen veröffentlicht werden.
- Der Auftraggeber hat allein dafür Sorge zu tragen, dass durch die Ausführung seines Auftrags Rechte Dritter nicht verletzt werden, insbesondere Persönlichkeits-, Urheber- oder Markenrechte. Sofern Rechte Dritter betroffen sind, hat der Auftraggeber sicherzustellen, dass diese der konkreten Art der Veröffentlichung zugestimmt haben. Auf Verlangen hat er dies in Textform zu bestätigen.
- Werden durch die Werbung Rechte Dritter verletzt, hat der Auftraggeber den Verlag von möglichen Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen freizustellen, es sei denn der Auftraggeber hätte die Rechtsverletzung nicht zu vertreten. Dies kann insbesondere angemessene Kosten der Rechtsverteidigung und die Kosten einer erforderlich werdenden Gegendarstellung nach

Maßgabe des jeweils gültigen Werbe-/Anzeigentarifs umfassen.

VII. Platzierung und Gestaltung von Werbung

- Soweit nicht im Einzelfall ausdrücklich vereinbart, bspw. durch ein besonderes Entgelt, hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbung an einer bestimmten Position des jeweiligen Mediums, auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf das Medium oder auf eine hervorgehobene Gestaltung durch Rahmen, farbliche Hervorhebung o.ä.
- Eine offensichtlich falsche Rubrizierung durch den Kunden kann durch den Verlag berichtigt werden.
- Anzeigen unter den Rubriken „Bekanntschaften“ und „Heirat“ werden grundsätzlich nur unter Chiffre (nicht unter Telefon, Postfach oder Adresse) veröffentlicht.
- Ist Werbung aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar oder zeitungssähnlich oder erweckt sie durch Format oder Aufmachung den Eindruck eines redaktionellen Beitrags oder Bestandteils des jeweiligen Mediums, wird sie als Werbung kenntlich gemacht. Hierzu zählt insbesondere die Möglichkeit, die Werbung mit dem Wort „Anzeige“ oder „Fremdbeilage“ zu kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich abzusetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen. Die Werbung wird gemäß Preisliste abgerechnet.
- Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Textteil-Anzeigen werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- In der Beilage schnapp.de erscheinen Kleinanzeigen nur als private Gelegenheitsanzeigen im fortlaufenden Fließsatz. Geschäftliche Anzeigen sind nur als umrandet gestaltete Inserate möglich. Private Gelegenheitsanzeigen sind dabei nur solche Inserate, die von Privatpersonen aufgegeben werden, keinen Bezug zu einer geschäftlichen Betätigung haben und in der Regel nur einmalig gestellt werden, um ihren Zweck zu erfüllen. Wiederholte Anzeigen für Waren oder Dienstleistungen sind daher keine privaten Gelegenheitsanzeigen.
- Hat der Verlag die optische und technische Gestaltung der Werbung für den Auftraggeber ausgeführt, so ist eine Verwendung dieser Vorlage zum Zweck anderweitiger Veröffentlichungen nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Verlags gestattet. Bei schuldhaften Verstößen des Auftragnehmers können die Kosten der Gestaltung geltend gemacht werden.

VIII. Anderweitige Veröffentlichung durch den Verlag

- Aus herstellungstechnischen Gründen können Anzeigenkollektive oder sonstige zu bestimmten Themen oder Anlässen erscheinende Sonderseiten oder Sonderbeilagen als einheitliche Sonderteile herausgegeben werden, die die belegten Bezirks-, Haupt- oder Lokalausgaben übergreifen. Aus denselben Gründen ist nicht auszuschließen, dass Anzeigen oder Beilagen auch mit nicht belegten Bezirks-, Haupt- oder Lokalausgaben verbreitet werden. Verpflichtungen, die über den vereinbarten Auftrag hinausgehen, entstehen dem Auftraggeber dadurch nicht.
- Der Auftragnehmer behält sich vor, Werbung in gedruckten Medien außer in den gebuchten Ausgaben zusätzlich auch in weiteren Regionalausgaben oder selbst oder durch Tochter-, Schwester- sowie Partnerunternehmen online zu veröffentlichen. Hieraus ergeben sich keine weiteren Verpflichtungen des Auftraggebers. Dieser kann der weiteren Veröffentlichung in Textform gegenüber dem Auftragnehmer widersprechen.

IX. Probeabzüge und Korrekturen

- Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Bei vorbehaltloser Rücksendung trägt der Auftraggeber die Verantwortung für die Richtigkeit. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der im Einzelfall gesetzten angemessenen Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt, sofern der Auftragnehmer den Auftraggeber bei Übermittlung des Probeabzugs hierauf nochmals ausdrücklich hinweist.
- Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden. Kosten für von ihm zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Auslieferungen und für Anfertigung bestellter Druckerunterlagen hat der Auftraggeber zu bezahlen.

X. Druckerunterlagen und Belege

- Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
- Es besteht keine Pflicht, dem Auftrag Anzeigenausschnitte oder Belegseiten beizufügen. Auf Wunsch kann eine Bescheinigung über die Veröffentlichung und Verbreitung der Werbung/Anzeige erteilt werden.

XI. Chiffrewerbung

- Bei vereinbarter Chiffrewerbung werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht. Einschreiben und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden auf dem normalen Postweg oder per E-Mail weitergeleitet.
- Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen.
- Dem Auftragnehmer kann einzelvertraglich als Empfangsbvollmächtigten des Auftraggebers das Recht eingeräumt werden,

AGB

die eingehenden Angebote für den Auftraggeber zu öffnen. Der Auftragnehmer kann darüber hinaus mit dem Auftraggeber die Möglichkeit der Selbstabholung oder der gebührenpflichtigen Zusendung vereinbaren.

- (4) Sperrvermerke in Zuschriften auf Zifferanzeigen können nicht berücksichtigt werden.

XII. Preisermittlung

- (1) Es gilt die bei Vertragsschluss jeweils aktuelle Preisliste.
- (2) Sind in der Preisliste neben der Gesamtausgabe weitere Ausgaben, beispielsweise Bezirks-, Haupt- oder Lokalausgaben, sonstige Verlagsdruckschriften oder sonstige Möglichkeiten der Veröffentlichung und Verbreitung mit eigenen Preisen aufgeführt, so ist für jedes Medium ein eigener Vertragsabschluss zu tätigen.
- (3) Für Sonderseiten oder Sonderbeilagen können besondere Ausgabeneinheiten gebildet und von der Preisliste abweichende Entgelte vereinbart werden.
- (4) Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Werbung/Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
- (5) Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Textmillimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigenmillimeter umgerechnet.
- (6) Soweit für die Durchführung oder Abrechnung eines Auftrags über Werbung in Online-medien erforderlich, wird der Verlag den Auftraggeber innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags über die Anzahl von Aufrufen einer Werbung oder Zugriffen auf die Werbung und etwaige Ausfallzeiten des vom Verlag eingesetzten Servers informieren.
- (7) Rabatte werden lediglich auf die reine Werbeleistung gewährt. Gestaltungskosten für Werbung sind von etwaig gewährten Rabatten ausgenommen.
- (8) Für die Gewährung eines Konzernrabattes für Tochtergesellschaften ist der schriftliche Nachweis einer mehr als 50-prozentigen Kapitalbeteiligung erforderlich. Konzernrabatt ist nur möglich bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen, nicht aber gegenüber Körperschaften des öffentlichen Rechts, beim Zusammenschluss selbstständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.

XIII. Werbung auf Abruf und Mengennachlass

- (1) Werbung, die nicht sofort, sondern erst auf Abruf veröffentlicht werden soll, ist vom Auftraggeber innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.
- (2) Aufträge über die Veröffentlichung mehrerer einzelner Anzeigen/Werbemaßnahmen (Einzelwerbung) auf Abruf des Auftraggebers sind innerhalb eines Jahres seit dem Erscheinen der ersten Einzelwerbung abzuwickeln. Der Auftraggeber muss die Einzelwerbungen so rechtzeitig abrufen, dass die Schaltung innerhalb der Jahresfrist möglich ist.
- (3) Der Auftraggeber hat nur dann rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Einzelwerbungen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.
- (4) Der Auftraggeber ist berechtigt, innerhalb desselben Abschlusses während der vereinbarten Laufzeit zur Erlangung höherer Nachlässe über die vereinbarte Menge von Einzelwerbungen hinaus weitere Einzelwerbungen abzurufen. Der Anspruch auf höheren Nachlass ist ausgeschlossen, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
- (5) Wird die in einem Abschluss vereinbarte Menge an Einzelwerbungen aus Umständen, die der Auftragnehmer nicht zu vertreten hat, innerhalb der in Absatz 1 genannten Frist nicht vollständig abgerufen, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten. Die Erstattungspflicht entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Auftragnehmers beruht.

XIV. Provisionen

- (1) Werbung, die zu ermäßigten Preisen disponiert wird, wird Werbungsmittem nicht provisioniert. Anzeigen und Beilagen mit amtlichen Bekanntmachungen, Anzeigen und Beilagen von Wohlfahrtsunternehmen und Vereinen, Anzeigen und Beilagen von Industrie, Handel, Handwerk und Gewerbe werden Werbungsmittem provisioniert, wenn sie diesen gegenüber zum Grundpreis abgerechnet werden.

XV. Zahlungsbedingungen

- (1) Die Veröffentlichung einer Werbung kann von der Vorauszahlung des Auftraggebers abhängig gemacht werden, wobei die Vorauszahlung frühestens vier Wochen vor der voraussichtlichen Veröffentlichung gefordert werden darf.
- (2) Die Veröffentlichung einer Werbung kann von der Teilnahme am Einzugsermächtungsverfahren bzw. SEPA-Basislastschriftverfahren abhängig gemacht werden. Die Beträge werden jeweils innerhalb von sechs Werktagen nach Fälligkeit eingezogen.
- (3) Nachlässe für vorzeitige Zahlungen sind nach Preisliste oder abweichender Vereinbarung möglich.
- (4) Bei länger laufenden Schaltungen oder Aufträgen über mehrere Einzelwerbungen können Rechnungen auch über einzelne

Werbungen oder Teilmengen gestellt werden. Insbesondere sind monatliche Vorschuss- oder Zwischenabrechnungen möglich.

- (5) Der Auftraggeber kann nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen.
- (6) Zurückbehaltungsrechte können durch den Auftraggeber nur gegen Forderungen aus dem gleichen Auftragsverhältnis geltend gemacht werden.

XVI. Höhere Gewalt und vergleichbare Leistungsstörungen

- (1) Wird die Leistung infolge höherer Gewalt, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Streiks oder Betriebsstörungen oder Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten, Netzbetreibern oder Leistungsanbietern, ganz oder teilweise unmöglich, ohne dass die jeweilige Störung vom Verlag oder vom Auftraggeber zu vertreten wäre, dann wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Verlags bestehen. Ansonsten erlöschen die beiderseitigen Leistungs-pflichten.

XVII. Gewährleistung und Rügeobliegenheiten

- (1) Der Verlag gewährleistet eine dem üblichen technischen Standard entsprechende Veröffentlichung der Werbung auf Grundlage der vom Kunden bereitgestellten Inhalte. Beeinträchtigungen der Wahrnehmung wie Darstellungsfehler durch eine nicht geeignete Soft- und/oder Hardware oder Störungen der Internetverbindung, die ihre jeweilige Ursache außerhalb des Einflussbereichs des Auftragnehmers haben und von diesem nicht zu vertreten sind, begründen keinen Mangel.
- (2) Wird eine Werbung unleserlich, unrichtig oder unvollständig veröffentlicht, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Ersatzveröffentlichung, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Werbung beeinträchtigt wurde. Ist eine Ersatzveröffentlichung unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen zur Nachbesserung untauglich oder dem Auftraggeber unzumutbar oder lässt der Auftragnehmer eine ihm hierfür gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Minderung oder Rückgängigmachung des Auftrags und auf Schadensersatz (hierzu gilt XVIII. Haftung).
- (3) Wird die Laufzeit bei Online-Anzeigen durch einen Ausfall des vom Verlag eingesetzten Servers beeinträchtigt, besteht ein Minderungsrecht zeitanteilig für die Dauer des Ausfalls. Weitergehende Ansprüche bleiben unberührt.
- (4) Beruht die fehlerhafte Veröffentlichung der Werbung auf einem Mangel der vom Auftraggeber eingereichten Unterlagen, der für den Auftragnehmer nicht erkennbar war, so stehen dem Auftraggeber keine Gewährleistungsansprüche zu.
- (5) Offensichtliche Mängel müssen vom Kunden innerhalb von vier Wochen nach der erstmaligen Veröffentlichung angezeigt werden; ist der Auftrag für den Kunden ein Handelsgeschäft müssen offensichtliche Mängel unverzüglich nach der erstmaligen Veröffentlichung, sonstige Mängel unverzüglich nach ihrer Entdeckung angezeigt werden. Ansonsten ist der Kunde mit Gewährleistungsansprüchen ausgeschlossen.

XVIII. Haftung

- (1) Bei Schadensersatzansprüchen aus Garantieverprechen, nach dem Produkthaftungsgesetz, wegen vorsätzlicher Schädigung oder wegen der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit, haftet der Auftragnehmer nach den gesetzlichen Vorschriften.
- (2) Im Übrigen haftet der Auftragnehmer nur, wenn ihm, seinen gesetzlichen Vertretern, leitenden oder einfachen Erfüllungsgehilfen grobe Fahrlässigkeit oder die leicht fahrlässige Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht, das heißt einer Pflicht, deren Erfüllung die Erreichung des Vertragszwecks und die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf, zur Last fällt. Soweit keine grobe Fahrlässigkeit vorliegt, ist die Haftung dabei der Höhe nach auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden beschränkt. Gegenüber Unternehmern haftet der Auftragnehmer für einfache Erfüllungsgehilfen nur, wenn wesentliche Vertragspflichten grob oder leicht fahrlässig verletzt werden.
- (3) Soweit die Haftung des Auftragnehmers ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

XIX. Rechtswahl, Gerichtsstand, Erfüllungsort

- (1) Sämtliche Ansprüche aus oder wegen des Vertrags unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland mit Ausnahme der Regelungen des Internationalen Privatrechts. Ist der Kunde Verbraucher, bleiben zwingende verbraucherschützende Vorschriften des Staates unberührt, in denen der Kunde seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat.
- (2) Sofern der Auftragnehmer kein Verbraucher ist, ist Freiburg im Breisgau Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Ansprüche, die aus einem Auftragsauftrag resultieren.

XX. Streitbeilegung, Schlichtung

- (1) Es besteht keine Verpflichtung oder Bereitschaft, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.

XXI. Datenschutz

- (1) Personenbezogene Daten werden erhoben und verarbeitet zur Erfüllung des Nutzungs- und Vertragsverhältnis mit der betrof-

fenen Person oder zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen, die auf Anfrage der betroffenen Person erfolgen, Art. 6 Abs. 1 S.1 lit b DS-GVO. Soweit erforderlich können Daten dabei auch an Dritte weitergegeben werden.

- (2) Bei der Datenerhebung nach Ziff. 1 wird dem Betroffenen mitgeteilt, welche personenbezogenen Daten zwingend erforderlich sind und welche Daten freiwillig angegeben werden können. Sämtliche Daten werden gemäß den Bestimmungen des Datenschutzrechts erhoben und verarbeitet.
- (3) Mit einer ausdrücklich zu erteilenden Einwilligung können die Daten auch zu Zwecken der Werbung oder in anonymisierter Form zu Zwecken der Marktforschung herangezogen werden. Der über die Vertragserfüllung hinausgehenden Datennutzung kann der Betroffene jederzeit in Textform gegenüber dem Anbieter oder per E-Mail an datenschutz@badische-zeitung.de widersprechen.
- (4) Für weitere Informationen gilt die Datenschutzerklärung des Verlags, unter anderem abrufbar unter <http://www.badische-zeitung.de/service/datenschutz.html>
- (5) Sofern Sie über keinen Internetzugang verfügen, übersenden wir Ihnen unsere Datenschutzhinweise auf Anfrage auch gerne per Post.