

**Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften
sowie folgende zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages:**

- a) Es werden nur Anzeigen und Beilagen veröffentlicht, die nach Form und Inhalt in den Rahmen der konfessionellen Presse passen.
- b) Bei Änderungen der Anzeigen- und Beilagenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.
- c) Die Werbemittler 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 Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- d) Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder Änderungen übernehmen der Verlag und die KONPRESS keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.
- e) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen, wenn der Werbungtreibende nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Ausgabe auf den Fehler hinweist.
- f) Der Verlag und die KONPRESS wenden bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haften aber nicht, wenn sie von den Auftraggebern irreführt oder getäuscht werden.
- g) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen von höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb der Verlage als auch in fremden Betrieben, derer sich die Verlage zur Erfüllung ihrer Verbindlichkeiten bedienen – haben die der KONPRESS angeschlossenen Verlage Anspruch auf Bezahlung der veröffentlichten Anzeige, wenn die Aufträge mit 80 % der normalerweise gedruckten Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind – bezogen auf diese Auflage – nach dem Tausenderpreis zu bezahlen.
- h) Der Werbeauftrag für Werbemittel in digitalen Medien ist eine Vertragsergänzung zum Anzeigenauftrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel eines Werbungtreibenden als Auftraggeber in digitalen Medien des Verlages zum Zwecke der Verbreitung des Werbemittels. Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die jeweils aktuellen Preislisten und technischen Werbemittelspezifikationen.
- i) Ein Werbemittel kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
 - aus einem Bild oder Text, aus Tonfolgen und Bewegtbildern,
 - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online- und Mobile-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers oder eines Dritten liegen.Werbemittel, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden kenntlich gemacht. Für die Veröffentlichung von Werbemitteln kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderwerbformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch den Verlag möglich.
- j) Der Veröffentlichungszeitraum bestimmt sich nach dem gebuchten Anzeigenauftrag (bis 30 Tage nach dem Erscheinen der Printausgabe).
- k) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das

Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, 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. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

- l) Die rechtliche Verantwortung, insbesondere die wettbewerbsrechtliche Verantwortung für den Inhalt sämtlicher bereitgestellter Werbemittel, trägt ausschließlich der Auftraggeber. Er ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und gewährleistet, dass durch den Inhalt der jeweiligen Werbemittel keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Er gewährleistet, im Rahmen der Vertragsbeziehung keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu verbreiten oder auf diese Bezug zu nehmen.
- m) Der Auftraggeber sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die bei der notwendigen Rechteverteidigung gegenüber Dritten entstehenden Kosten. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechteverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Verlag wird den Auftraggeber über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter informieren.
- n) Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine, dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird
 - durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware oder Hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienstleisters oder
 - wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder
 - durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Verlag oder anderer Betreiber oder
 - durch Rechnerausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall oder
 - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache oder
 - durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.
 - Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechners des Auftraggebers sowie der Kommunikationswege vom Auftraggeber zu den Servern des Verlags entstehen.