

1. Geltungsbereich

1.1 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.

1.2 Die AGB des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Gültigkeit ausdrücklich zu.

1.3 Die AGB des Verlages gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichender Bedingungen des Auftraggebers den Anzeigenauftrag bzw. den Abschluss vorbehaltlos ausführt.

2. Anzeigenauftrag und Abschluss

2.1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die terminierte Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel wie z. B. Beilagen (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines „Werbungtreibenden“ oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2.2 „Abschluss“ im Sinne der AGB ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen erst aufgrund der Freigabe des Auftraggebers erfolgen.

3. Anzeigenabruf

Anzeigen sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss zur Veröffentlichung abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses dem Auftraggeber das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Abschluss innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

4. 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.

5. Errechnung der Abnahmemengen/Größenberechnung

5.1 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

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

6. Ablieferung beim Verlag

6.1 Anzeigen, die gemäß dem Anzeigenauftrag oder dem Abruf nur in bestimmten Heftnummern, 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, wann die Veröffentlichung auf diese Weise auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6.2 Bestimmte Platz- und Datenvorschriften sind nur bindend, wenn sie vom Verlag bestätigt wurden. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden.

6.3 Macht der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich von der Aufnahme der Anzeige in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift abhängig, so beschränken sich die Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag auf Rückgängigmachung des Vertrages, Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige. Für Beilagenaufträge gilt die Regelung sinngemäß.

6.4 Der Verlag behält sich das Recht vor, bei Abnahme von vier Seiten und mehr in einer Ausgabe, für Sonderaufträge ab 100.000 mm und für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.

7. Textteilanzeigen, Anzeigen mit Coupon und Advertorials

7.1 Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Ihrer Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

7.2 Der Verlag behält sich vor, in Ausnahmefällen Anzeigen mit Coupon auch Rücken an Rücken zu platzieren, sofern eine andere Form der Veröffentlichung für den Verlag nicht zumutbar ist.

7.3 Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Druckschrift (in Typo, Grafik, Farbe, Spalten) unterscheiden. Sie enthalten Text und Werbung Dritter und sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag ohne Rücksprache mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Musters sowie das

Recht vor, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist ein Advertorial mindestens fünf Tage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

8. Ablehnung der Veröffentlichung

8.1 Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer entsprechenden Prüfpflicht vor, den Abruf bzw. die Veröffentlichung von Anzeigen abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag insbesondere wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen und sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages unzumutbar ist, die Anzeige Werbung von Dritten oder solche für Dritte enthält oder sich

die Anzeige in Bild, Text oder Aufmachung auf die Zeitschrift bezieht. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend.

8.2 Die Ablehnung des Abrufes bzw. der Veröffentlichung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. 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.

10. Druckvorlagen und Proofs

10.1 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.

10.2 Proofs werden vom Verlag nur auf ausdrücklichen und schriftlichen Wunsch des Auftraggebers geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Proofs. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung der Proofs an den Auftraggeber gesetzten Frist mitgeteilt werden.

10.3 Die Kosten des Verlages für auf Wunsch des Auftraggebers vom Verlag erstellte Druckvorlagen oder für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der vom Auftraggeber gelieferten Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

10.4 Druckvorlagen des Verlages werden nur im Falle eines ausdrücklichen schriftlichen Hinweises bei der Lieferung an den Verlag an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht des Verlages zur Aufbewahrung der Druckvorlagen endet in jedem Fall sechs Wochen nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

11. Veröffentlichung in digitalen Ausgaben

Ein Anspruch des Auftraggebers auf Veröffentlichung der Anzeige in digitalen Ausgaben (z.B. ePaper, Apps, Website) der Printpublikation besteht nur, wenn der Auftraggeber eine zusätzliche Veröffentlichung in der jeweiligen digitalen Ausgabe gebucht hat. Wenn der Auftraggeber nur eine Veröffentlichung in der Printpublikation beauftragt hat, hat der Verlag das Recht, die Anzeige innerhalb des Zeitraumes, in dem die Printanzeige veröffentlicht wird, in einer dem jeweiligen technischen Standard entsprechenden Weise zusätzlich in digitalen Ausgaben zu veröffentlichen.

12. Rechte wegen Mängeln

12.1 Der Auftraggeber hat die Anzeige unverzüglich nach ihrer Veröffentlichung auf etwaige Mängel hin zu überprüfen und, wenn sich ein offensichtlicher Mangel zeigt, diesen dem Verlag binnen einer Frist von einer Woche ab Veröffentlichung schriftlich anzuzeigen. Nicht offensichtliche Mängel hat der Auftraggeber binnen einem Jahr ab Veröffentlichung der Anzeige anzuzeigen. Versäumt der Auftraggeber die vorgenannten Ausschlussfristen, gilt die Anzeige als genehmigt mit der Folge, dass der Auftraggeber seine Mängelrechte nach Ziffer 12.2. und 12.4. verliert.

12.2 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, hat der Auftraggeber Anspruch auf Minderung der vereinbarten Vergütung oder die Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

12.3 Der Verlag hat das Recht, die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige zu verweigern, wenn dies einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhaltes des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder dies für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist.

12.4 Lässt der Verlag eine ihm für die Veröffentlichung der Ersatzanzeige gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert der Verlag die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige oder ist die veröffentlichte Ersatzanzeige erneut mangelhaft, kann der Auftraggeber die Vergütung mindern oder vom Vertrag zurücktreten und Ersatz wegen vergeblicher Aufwendungen oder Schadensersatz anstatt Leistung verlangen. Die Rechte des Auftraggebers zum Rücktritt vom Vertrag

und auf Schadensersatz anstatt der Leistung sind ausgeschlossen, wenn der Mangel nur unerheblich ist.

12.5 Die Ansprüche des Auftraggebers wegen Mängeln verjähren ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige.

12.6 Aus technischen Gründen ist es nicht immer möglich, die Online-Anzeige, die auf den Portalen academics.de, academics.com und zeit.de/jobs veröffentlicht wird, im gleichen Erscheinungsbild zu veröffentlichen wie die gedruckte Anzeige in der ZEIT. Sofern die Online-Version der Anzeige in ihrer Gestaltung deshalb von der Print-Version der Anzeige abweicht, liegt gleichwohl eine ordnungsmäßige Erfüllung vor und academics übernimmt keine Haftung wegen solcher Abweichungen.

13. Haftung

13.1 Der Verlag haftet unbeschränkt für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

13.2 Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag – außer im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – nur, sofern nicht Pflichten verletzt werden, deren Erfüllung dem Vertrag das Gepräge gibt und auf die der Kunde vertrauen darf. Die Haftung Verlages ist in diesen Fällen begrenzt auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden.

13.3 Der Verlag haftet nach Ziffer 13.2. höchstens bis zu einem Betrag in Höhe des Gesamtvolumens des Auftrages.

13.4 Eine Haftung für mittelbare und unvorhersehbare Schäden, entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen und Vermögensschäden wegen Ansprüchen Dritter ist im Falle einfacher Fahrlässigkeit – außer bei Vorliegen der Haftungsvoraussetzungen nach Ziffer 13.2. – ausgeschlossen.

13.5 Die Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse nach Ziffern 13.2. und 13.4. gelten nicht für eine gesetzlich vorgeschriebene verschuldensunabhängige Haftung oder für die Haftung aus einer verschuldensunabhängigen Garantie.

13.6 Die Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse nach Ziffern 13.2. und 13.4. gelten auch für persönliche Haftung der Arbeitnehmer, Angestellten, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen des Verlages.

14. Preise und Zahlungsbedingungen

14.1 Preise, Aufschläge und Nachlässe bzw. Rabatte ergeben sich für alle Auftraggeber einheitlich aus der im Zeitpunkt des Auftrages bzw. des Abrufes gültigen Preisliste des Verlages.

14.2 Liegt zwischen dem Zeitpunkt des Auftrages bzw. dem Zeitpunkt des Abrufes und der Veröffentlichung der Anzeige ein Zeitraum von mehr als vier Monaten und erhöhen sich während dieser Zeit aufseiten des Verlages die Kostenfaktoren für die Veröffentlichung der Anzeige (insbesondere infolge von Tarifabschlüssen, Lohnerhöhungen oder Materialpreisanhebungen), sodass der Verlag gezwungen ist, seine Preisliste entsprechend anzupassen, ist der Verlag berechtigt, die hieraus resultierenden erhöhten Preise gegenüber dem Auftraggeber geltend zu machen.

14.3 Der Verlag versendet die Rechnungen am Veröffentlichungstag der Anzeige. Die Rechnungen des Verlages werden innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen und vom Empfang der Rechnung an zu laufende Frist zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

14.4 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 Aufträge bzw. Abschlüsse zu tätigen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

14.5 Im Falle eines Verzuges des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bzw. Abschlusses bis zur vollständigen Bezahlung der Außenstände zurückzustellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung zu verlangen. Die sich für den Fall des Verzuges des Auftraggebers aus dem Gesetz ergebenden Ansprüche des Verlages bleiben unberührt.

14.6 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bzw. Abschlusses von der teilweisen oder vollständigen Vorauszahlung aller dem Verlag nach dem Auftragsauftrag zustehenden Beträge abhängig zu machen.

14.7 Zu Beginn einer neuen Geschäftsbeziehung behält sich der Verlag vor, vom Auftraggeber Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

14.8 Die Aufrechnung mit Gegenansprüchen des Auftraggebers oder die Zurückbehaltung von Zahlungen wegen solcher Ansprüche ist nur zulässig, soweit die Gegenansprüche unbestritten oder rechtskräftig festgestellt sind.

15. Anzeigenbeleg

Der Verlag liefert auf ausdrücklichen schriftlichen Wunsch des Auftraggebers mit Veröffentlichung der Anzeige einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages 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.

16. Werbemittel und Werbeagenturen

Werbemittel 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.

17. Konzernrabattierung

17.1 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 % besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte eines Abschlusszeitraumes, ansonsten spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden.

17.2 Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

18. Ziffernanzeigen

Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 1.000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

19. Rechtsgarantie und Rechtseinräumung

19.1 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 Auftrages 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.

19.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbeanzeigen in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, Bearbeitung und Umgestaltung, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen räumlich unbegrenzt übertragen.

20. Höhere Gewalt

20.1 Fälle höherer Gewalt berechtigen den Verlag, die Veröffentlichung der Anzeigen so lange hinauszuschieben, wie das Ereignis andauert. Wird dem Verlag die Veröffentlichung infolge höherer Gewalt – mindestens aber für einen Zeitraum von sechs Monaten – unmöglich, wird der Verlag von der Veröffentlichungspflicht frei. Unter den Begriff der höheren Gewalt fallen alle Umstände, welche der Verlag nicht zu vertreten hat und durch die dem Verlag die Veröffentlichung unmöglich gemacht oder unzumutbar erschwert wird, wie z. B. bei Streik, rechtsmäßiger Aussperrung, (Bürger-) Krieg, Terrorakten, Unruhen, Naturkatastrophen, Ein- und Ausfuhrverboten, Energie- und Rohstoffmangel und vom Verlag nicht zu vertretender, nicht rechtzeitiger Selbstbelieferung. Wird der Verlag von der Veröffentlichungspflicht frei, ist der Auftraggeber berechtigt, vom Auftragsauftrag bzw. dem Abschluss zurückzutreten.

20.2 Beeinträchtigen Fälle der höheren Gewalt lediglich die Auflagenhöhe des Verlagsobjektes, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt 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 im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

21. Anzeigen aus dem Ausland

Bei Anzeigen (Beilagen) aus dem Ausland erfolgt die Rechnungstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich eine Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige (Beilage) bejaht.

22. Erfüllungsort und Gerichtsstand

22.1 Der Auftragsauftrag und Abschluss sowie die vorliegenden AGB unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

22.2 Ausschließlicher Erfüllungsort für alle Pflichten des Auftraggebers ist der Sitz des Verlages.

22.3 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen Sondervermögen ist als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

22.4 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 ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

22.5 Änderungen und Ergänzungen der AGB sowie Nebenabreden bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für eine Abbedingung dieser Schriftformklausel.

22.6 Sollte eine der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung werden die Parteien eine wirksame Bestimmung treffen, die den AGB im Ganzen sowie den vertraglichen Absprachen in tatsächlicher, rechtlicher und wirtschaftlicher Hinsicht möglichst nahe kommt. Ebenso ist zu verfahren, wenn die AGB eine Lücke aufweisen sollte.