



Allgemeine Geschäftsbedingungen der DATAKONTEXT GmbH

Stand: März 2024

Inhaltsverzeichnis

I. Allgemeiner Teil	2
1. Geltungsbereich	2
2. Vertragsschluss	2
3. Zahlungsmodalitäten; Aufrechnung; Zurückbehaltungsrecht	2
4. Haftung des Kunden	3
5. Haftung des Verlags	3
6. Höhere Gewalt	4
II. Besondere Regelungen für Printprodukte	4
7. Printprodukte	4
8. Vertragsabschluss bei Kauf auf Probe	4
9. Lieferung und Versandkosten	4
10. Ansichtsrecht	5
11. Laufzeit und Kündigungen von Zeitschriften Abonnements	5
12. Gewährleistung	5
13. Eigentumsvorbehalt	5
14. Produktkennzeichen	6
III. Besondere Regelungen für Digitale Produkte	6
15. Digitale Produkte	6
16. Produktkennzeichen; Lizenzbestimmungen	7
17. Laufzeit und Kündigungen von E-Learning Abonnements	8
18. Gewährleistung	8
19. Haftung	8
20. Speichern von Daten; Datenschutz	8
IV. Besondere Regelungen für Veranstaltungen	9
21. Veranstaltungen	9
22. Vertragsschluss durch Anmeldung über Webseiten externer Dienstleister	9
23. Stornierung durch den Kunden; Ersatzteilnehmer	9
24. Änderungsvorbehalt; Verschiebung & Absage von Veranstaltungen	9
25. Veranstaltungsunterlagen; Urheberrecht	10
26. Besondere Regelungen für Präsenzveranstaltungen	10
27. Besondere Regelungen für Digitalveranstaltungen	10
28. Besondere Regelungen für Hybridveranstaltungen	11
V. Besondere Regelungen für Anzeigen, Beilagen und Online-Werbemittel	11
29. Anzeigen, Beilagen und Online-Werbemittel	11
30. Ablehnung von Anzeigenaufträgen	11
31. Preise, Zahlungsbedingungen, Preisnachlässe	12
32. Vertragsabwicklung; weitere Kosten	12
33. Zulieferung von Beilagen	13
34. Veröffentlichung in Online-Medien	13
35. Gewährleistung	14
VI. Schlussbestimmungen	14
36. Datenschutz; Speicherung von Kundendaten	14
37. Änderung dieser AGB; Recht und Gerichtsstand; Salvatorische Klausel	15
38. Angaben zum Verlag	15

I. Allgemeiner Teil

1. Geltungsbereich

- 1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) in der zum Zeitpunkt der Bestellung jeweils gültigen Fassung gelten für sämtliche Verträge und Vertragsangebote zwischen der DATAKONTEXT GmbH („Verlag“) und Dritten („Kunde“).
- 1.2 Als Kunden sind ausschließlich vorgesehen (i) Unternehmern im Sinne des § 14 BGB, d.h. natürliche oder juristische Personen oder rechtsfähige Personengesellschaften, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handeln, (ii) juristische Personen des öffentlichen Rechts, oder (iii) öffentlich-rechtliche Sondervermögen. Mit Abgabe einer Bestellung bestätigt der Kunde zu dem vorgenannten bestimmungsgemäßen Personenkreis zu gehören.
- 1.3 Diese AGB gelten ausschließlich. Abweichende Bedingungen des Kunden werden nur dann und insoweit Vertragsbestandteil, als der Verlag ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zugestimmt hat. Dieses Zustimmungserfordernis gilt in jedem Fall, beispielsweise auch in der widerspruchslosen Entgegennahme der allgemeinen Geschäftsbedingungen des Kunden.

Soweit im Rahmen der Geschäftsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Kunden Leistungen durch Kooperationspartner des Verlags erbracht werden, kommen deren Geschäfts- bzw. Nutzungsbedingungen entsprechend ergänzend zur Geltung. Im Falle von Widersprüchen gehen diese AGB den Geschäfts- bzw. Nutzungsbedingungen des jeweiligen Kooperationspartners vor.
- 1.4 Im Einzelfall getroffene, individuelle Vereinbarungen mit dem Kunden (einschließlich Nebenabreden, Ergänzungen und Änderungen) haben in jedem Fall Vorrang vor diesen AGB. Für den Inhalt derartiger Vereinbarungen ist, vorbehaltlich des Gegenbeweises, ein schriftlicher Vertrag bzw. die schriftliche Bestätigung durch den Verlag maßgebend.
- 1.5 Rechtserhebliche Erklärungen und Anzeigen des Kunden in Bezug auf den Vertrag (z.B. Fristsetzung, Mängelanzeige, Rücktritt oder Minderung) sind schriftlich, d.h. in Schrift- oder Textform (z.B. Brief, E-Mail, Telefax) abzugeben. Gesetzliche Formvorschriften und weitere Nachweise insbesondere bei Zweifeln über die Legitimation des Erklärenden bleiben unberührt.
- 1.6 Hinweise auf die Geltung gesetzlicher Vorschriften haben nur klarstellende Bedeutung. Auch ohne eine derartige Klarstellung gelten daher die gesetzlichen Vorschriften, soweit sie in diesen AGB nicht unmittelbar abgeändert oder ausdrücklich ausgeschlossen werden.

2. Vertragsschluss

- 2.1 Bestellungen/Anmeldungen/Aufträge können telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder über den Online-Shop (dort durch Anklicken des Buttons „Kostspflichtig bestellen“) abgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Die Abgabe einer Bestellung/einer Anmeldung/eines Auftrags stellt ein Angebot des Kunden auf Abschluss eines Vertrages dar. Der Verlag prüft, ob er dieses Angebot annehmen möchte. Der Verlag ist zur Annahme nicht verpflichtet. Die Bestätigung des Eingangs der Bestellung/der Anmeldung/des Auftrags stellt noch keine Vertragsannahme dar. Ein Vertrag kommt erst zustande, wenn der Verlag die Bestellung/die Anmeldung/den Auftrag des Kunden durch Auftragsbestätigung in Schrift- oder Textform (einschließlich E-Mail) oder durch Auslieferung des Produkts innerhalb von fünf Tagen annimmt oder der Download-Link ausgeliefert wird.
- 2.2 Der Webseitenshop (Online-Shop) richtet sich vornehmlich an Kunden aus der Europäischen Union. Die Darstellung der Produkte im Online-Shop stellt kein rechtlich bindendes Angebot, sondern einen unverbindlichen Online-Katalog dar. Eine Beschreibung des Bestellvorganges im Online-Shop kann eingesehen werden unter <https://www.datakontext.com/faq#bestellvorgang>.

3. Zahlungsmodalitäten; Aufrechnung; Zurückbehaltungsrecht

- 3.1. Die Preise verstehen sich in Euro und zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer.

Bei Verträgen mit Kunden aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung unter Beachtung der deutschen Steuergesetzgebung sowie der des jeweiligen Ansässigkeitsstaates. Der Verlag ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.

- 3.2 Zahlungen müssen kosten- und spesenfrei auf die in der Rechnung angegebenen Bankkonten des Verlages geleistet werden. Zahlungen erfolgen ausschließlich gegen Rechnung, Lastschrift, Vorkasse, PayPal, Kreditkarte, Giropay und Sofortüberweisung. Steht der Verlag mit dem Kunden nicht in regelmäßigem Geschäftsverkehr oder besteht beim Verlag noch kein Konto zugunsten des Kunden, ist der Verlag berechtigt, den Kunden gegen Vorkasse oder erst nach Erteilung einer Bankeinzugsermächtigung zu beliefern. Entsprechendes gilt bei wiederholtem und/oder ständigem Zahlungsverzug.

Im Einzelfall kann die Zahlungsabwicklung, insbesondere bei Online-Buchungen, über externe Partner erfolgen.

Die Belastung des Kreditkartenkontos erfolgt mit Abschluss der Bestellung bzw. mit Download des jeweiligen Produkts. Die Abrechnung der Webseite via Kreditkarte erfolgt durch: HUELLEMANN & STRAUSS ONLINESERVICES S.à r.l.. 1, Place du Marché. L-6755 Grevenmacher. R.C.S. Luxembourg B 144133. E-Mail: info@hso-services.com; Geschäftsführer: Dipl. Vw. Mirko Hüllemann; Heiko Strauß

- 3.3 Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 30 Tagen nach Zugang der Rechnung, spätestens mit dem Zugang bzw. Freischaltung des Digitalen Produktes bzw. nach dem Download des jeweiligen Digitalen Produkts, zur Zahlung fällig, sofern auf der Rechnung kein anderer Fälligkeitstermin ausgewiesen ist. Zahlungen sind ohne Abzug auf eines der in der Rechnung genannten Konten zu leisten.

Bei Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Kunde. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Kunden ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Vertrages die weitere Leistungserbringung (z.B. das Erscheinen weiterer Anzeigen) abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

- 3.4 Der Verlag behält sich das Recht vor, bei offensichtlichen Unrichtigkeiten in Rechnungen wie Rechenfehler bzw. Schreibfehler, diese bis zu sechs (6) Monate nach Rechnungsstellung zu korrigieren.
- 3.5 Ein Recht zur Aufrechnung steht dem Kunden nur zu, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt oder vom Verlag ausdrücklich schriftlich anerkannt sind. Zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechtes ist der Kunde nur insoweit befugt, als Gegenansprüche aus dem gleichen Vertragsverhältnis bestehen.
- 3.6 Eine Beschreibung der Zahlungsarten und deren Verfügbarkeit im Online-Shop kann eingesehen werden unter <https://www.datakontext.com/zahlungsarten>.

4. Haftung des Kunden

- 4.1 Der Kunde haftet für alle Schäden, die durch ihn, seine Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen, seine Gäste oder sonstige Dritte im Sinne von § 278 und § 831 BGB zu vertreten sind, entsprechend den gesetzlichen Regelungen. Die Anwendung von § 831 Absatz 1 Satz 2 BGB ist ausgeschlossen.
- 4.2 Der Kunde stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter, die im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Kunden geltend gemacht werden, frei, soweit diese vom Kunden, seinen Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen, von seinen Gästen zu vertreten sind. Diese Freistellungsverpflichtung erstreckt sich auch auf eventuelle behördliche Bußgelder und Ordnungswidrigkeiten (z.B. wegen Ruhestörung, Versperrung von Rettungswegen, Missachtung von Rauchverboten)

5. Haftung des Verlages

- 5.1 Vorbehaltlich Ziffer 5.3 haftet der Verlag nur (i) für von ihm vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, (ii) für Schäden aus der schuldhaften Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer zumindest fahrlässigen Pflichtverletzung des Verlages beruhen, sowie (iii) für Schäden aufgrund zumindest fahrlässiger Verletzung wesentlicher Vertragspflichten durch den Verlag, d.h. solcher Pflichten, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung sind und deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Kunde vertraut und vertrauen darf (Kardinalspflichten). Dies gilt auch für Vertreter oder Erfüllungsgehilfen des Verlages. Im Übrigen sind Schadenersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen.

- 5.2 Die Schadensersatzpflicht ist - abgesehen von der Haftung für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit sowie der Haftung bei schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit - auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt.
- 5.3 Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz, wegen Arglist oder einer Garantie - mit Ausnahme der Garantiehafung nach § 536a Abs.1 BGB, die ausgeschlossen ist - bleibt unberührt. Technische Daten und Beschreibungen stellen keine Garantien dar. Es handelt sich nur dann um eine Garantie, wenn der Verlagsausdrücklich schriftlich die Übernahme einer Garantie erklärt oder bestätigt hat.
- 5.4 Schadensersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf (12) Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Kunde von den, den Anspruch begründenden Umständen Kenntniserlangt hat oder hätte erlangen müssen.

6. Höhere Gewalt

- 6.1 Höhere Gewalt wie Krieg, Bürgerkrieg, Terrorismus, Unruhen, Aufruhr, Embargos, Naturkatastrophen, Feuer, Epidemien, Pandemien, gesetzgeberische Aktivitäten, gerichtliche Entscheidungen oder behördliche Maßnahmen, oder andere unvorhersehbare und nicht durch den Verlag zu vertretende Umstände wie z.B. Arbeitskämpfe, Streiks oder rechtmäßige Aussperrungen, Betriebs- oder Transportstörungen, Rohstoffbeschaffungsschwierigkeiten, die den Verlag an der Erfüllung seiner vertraglichen Pflichten hindern, verlängern bzw. verschieben vereinbarte Leistungsfristen bzw. Leistungstermine jeweils um die Dauer der Behinderung zuzüglich einer angemessenen Anlaufzeit. Dies gilt auch, wenn diese Ereignisse zu einem Zeitpunkt eintreten, zu dem sich der Verlag in Verzug befindet. Abweichend davon behält sich der Verlag anstelle einer Anpassung die Möglichkeit vor, den Vertrag kostenfrei zu beenden und bereits erbrachte Leistungen zurückzufordern.
- 6.2 Vor dem Hintergrund des laufenden Krieges in der Ukraine sowie der Erfahrungen der Auswirkungen des Coronavirus (SARS-CoV-2/Covid-19) und dadurch bedingter, weitreichender staatlicher und sonstiger Maßnahmen zur Beschränkung der Volkswirtschaft und des öffentlichen Lebens sowie der Ungewissheit über die Entwicklung und Auswirkungen in diesem Zusammenhang finden die Regelungen zur höheren Gewalt nach vorstehendem Ziffer 6.1, gleich in welchem Fall höherer Gewalt, entsprechend Anwendung, wenn (a) ein Ereignis höherer Gewalt andauert, die Parteien währenddessen einen Vertrag schließen und dabei die Erwartung haben, dass das Ereignis endet oder eine wesentliche Besserung eintritt, aber das Ereignis entgegen der Erwartung fort dauert oder keine wesentliche Besserung eintritt; oder (b) ein Ereignis höherer Gewalt vor dem Abschluss des Vertrags endete, jedoch nach seinem Abschluss erneut auftritt (z.B. wenn eine Pandemie oder Epidemie erneut auftritt).

Klarstellend wird ferner festgehalten, dass Ereignisse aus und/oder im Zusammenhang mit dem Coronavirus (SARS-CoV-2/Covid-19) und/oder dem Krieg in der Ukraine bzw. aus und/oder im Zusammenhang mit deren Entwicklung respektive deren Auswirkungen zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses unvorhersehbar im Sinne der Ziffer 6.1 waren.

II. Besondere Regelungen für Printprodukte

7. Printprodukte

Die Besonderen Regelungen für Printprodukte gelten für sämtliche Verträge und Vertragsangebote über Bücher, Zeitschriften, Mitarbeiterinformationen, Wandtafeln, Poster und sonstige Druckwerke sowie die Lieferungen von sonstigen Waren („**Printprodukte**“).

8. Vertragsabschluss bei Kauf auf Probe

Der Vertragsschluss im Rahmen des nach Ziffer 10 gewährten Ansichtsrechts, bei gebundenen Werken sowie bei Loseblattgrundwerken erfolgt aufschiebend bedingt auf die Billigung des Kunden. Die Frist zur Missbilligung beträgt drei (3) Wochen ab Bestellung. Verstreicht die Frist, so gilt die Billigung des Kaufs erfolgt.

Im Übrigen gelten die gesetzlichen Regelungen zu einem Kauf auf Probe oder auf Besichtigung (§ 454 f. BGB).

9. Lieferung und Versandkosten

- 9.1 Die bestellte Ware wird an die vom Kunden angegebene Lieferadresse geliefert. Lieferungen erfolgen auf Gefahr des Kunden.

- 9.2 Sämtliche Lieferungen erfolgen auf Rechnung des Kunden. Für das Inland werden, sofern der Kauf über den online-Shop erfolgt, keine Versandkosten erhoben. Ausgenommen hiervon sind Aktualisierungslieferungen und Zeitschriftenabonnements. Die Versandkosten im Ausland betragen bei Standardversandweg pauschal 8,00 € [D] und werden im Warenkorbprozess entsprechend ausgewiesen. Die Zustellzeiten ins Ausland betragen unterschiedlich je Sendung und Bestimmungsland zwischen einer und vier Wochen. Wird ein Expressversandweg gewünscht erteilt der Kundenservice unter kundenservice@hjr-verlag.de entsprechend Auskunft.

Bei Aktualisierungslieferungen innerhalb und außerhalb Deutschlands fallen zusätzlich zu den angegebenen Preisen pro Aktualisierungslieferung Versandkosten in Höhe von maximal 8,00 € an. Bei Zeitschriftenabonnements sind die Versandkosten im Endpreis bereits enthalten.

- 9.3. Bei Lieferungen in das Nicht-EU Ausland fallen zusätzlich Zölle, Steuern und Gebühren an. Weitere Informationen zu Zöllen ist zu finden unter:

https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/calculation-customs-duties/what-is-common-customs-tariff/taric_de

und zur Einfuhrumsatzsteuer unter:

<http://auskunft.ezt-online.de/ezto/Welcome.do>

sowie speziell für die Schweiz unter:

<http://xtares.admin.ch/tares/login/loginFormFiller.do>.

- 9.4 Eine Übersicht der Versandkosten kann eingesehen werden unter <https://www.datakontext.com/liefer-und-versandkosten>

10. Ansichtsrecht

- 10.1 Sofern der Verlag dem Kunden ein Ansichtsrecht gewährt, beträgt die Ansichtsfrist zwei (2) Wochen. Die Ansichtsfrist beginnt nach Ablauf von einer (1) Woche ab Bestellung. Die Versandkosten, Transportgefahr und die Gefahr einer etwaigen Rücksendung sind vom Kunden zu tragen.

- 10.2 Der Kunde ist berechtigt, das gebundene Werk oder das Loseblattgrundwerk innerhalb der Ansichtsfrist ohne Angabe von Gründen zurückzusenden. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Rücksendung der Ware (Datum des Poststempels) an Westermann Logistik GmbH, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig.

11. Laufzeit und Kündigungen von Zeitschriften Abonnements

- 11.1 Es gelten die bei Bestellung vereinbarte Laufzeit und/oder Kündigungsfrist.
- 11.2 Das Recht jeder Partei zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.
- 11.3 Jede Kündigung hat in Schriftform zu erfolgen.

12. Gewährleistung

Die Gewährleistungsfrist ist auf ein (1) Jahr beschränkt.

13. Eigentumsvorbehalt

- 13.1 Der Verlag behält sich das Eigentum am Printprodukt bis zur vollständigen Begleichung aller Forderungen aus der laufenden Geschäftsbeziehung mit dem Kunden vor.
- 13.2 Die gelieferten Printprodukte dürfen vor voller Bezahlung oder vor Einlösung der dafür hingebenen Wechsel oder Schecks ohne Zustimmung des Verlages weder verpfändet noch zur Sicherheit übereignet werden.
- 13.3 Der Händlerkunde ist berechtigt, die Produkte im ordentlichen Geschäftsgang weiter zu veräußern. Er tritt dem Verlag bereits jetzt

alle Forderungen in Höhe des Rechnungsbetrages ab, die ihm durch die Weiterveräußerung gegen einen Dritten erwachsen. Der Verlag nimmt diese Abtretung an. Nach der Abtretung ist der Kunde zur Einziehung der Forderung berechtigt. Der Verlag behält sich jedoch vor, die Forderung selbst einzuziehen, sobald der Kunde seinen Zahlungsverpflichtungen nicht ordnungsgemäß nachkommt und in Zahlungsverzug gerät.

- 13.4 Der Verlag gibt die gelieferten Printprodukte bzw. die zedierten Forderungen in dem Umfang automatisch frei, in dem das Sicherungsinteresse des Verlages entfällt. Dies ist der Fall, wenn der realisierbare Wert der Sicherheiten die zu sichernden Forderungen nicht nur vorübergehend um mehr als 10% übersteigt. Die Auswahl der freizugebenden Sicherheiten obliegt dem Verlag.

14. Produktkennzeichen

Die Printprodukte sind urheberrechtlich geschützte Werke. Der Kunde erkennt an, dass es sich bei den Printprodukten um schutzfähige Werke handelt. Auch die Rechte an allen übrigen Bestandteilen der Printprodukte, insbesondere Nutzungs- und Leistungsschutzrechte an den enthaltenen Inhalten, liegen beim Verlag.

Marken, Firmenlogos, sonstige Kennzeichen oder Schutzvermerke, Urhebervermerke, Seriennummern und sonstige der Identifikation der Printprodukte dienende Merkmale dürfen weder entfernt noch verändert werden.

III. Besondere Regelungen für Digitale Produkte

15. Digitale Produkte

- 15.1 Die Besonderen Regelungen für Digitale Produkte gelten für sämtliche Verträge und Vertragsangebote über E-Learnings, DataAgenda DatenschutzManager (Software), Datenschutz Audits (Excel-Tools), Power Point Schulungsfolien, Online-Datenbanken, Muster und Checklisten zum Download, Streamingdienste und sonstige digitalen Leistungen („**Digitale Produkte**“ bzw. „**Digitales Produkt**“).
- 15.2 Die Bereitstellung der vom Kunden erworbenen Digitalen Produkte erfolgt als Webanwendung oder zum Download durch den Kunden oder bei E-Learnings als Scorm 1.2, Scorm 2004 oder xAPI zur Einbindung in Ihr LMS, als Streamingdienst oder sonstiger digitalen Leistung.
- 15.3 Download und Installation der Digitalen Produkte sowie die Schaffung der technischen Voraussetzungen für die Nutzung der Digitalen Produkte (Vorhaltung und Einrichtung von Hardware, Betriebssystem-Software, Internet-Verbindung, aktueller Browser-Software etc.) obliegt dem Kunden. Werden die für den Betrieb der Digitalen Produkte eingesetzte Software oder sonstige technische Komponenten geändert oder weiterentwickelt, so ist der Kunde dafür verantwortlich, etwaig notwendige Anpassungen bei der von ihm eingesetzten Hard- und Software vorzunehmen.
- 15.4 Aus technischen Gründen, etwa bei einer Aktualisierung der Daten oder Wartungsarbeiten, kann der Zugriff auf Digitale Produkte, die als Webanwendung erfolgen (z.B. Online Datenbanken) zeitweise beschränkt sein. Der Verlag bemüht sich, diese Ausfallzeiten gering zu halten.
- 15.5 Die Inhalte der Digitalen Produkte werden vom Verlag bestimmt. Er haftet nicht für die inhaltliche Richtigkeit und Vollständigkeit von im digitalen Produkt enthaltener Daten.
- 15.6 Zugangsberechtigungen für Digitale Produkte erhält der Kunde nur zum eigenen Gebrauch für die vertraglich vereinbarte Anzahl an Nutzern. Der Kunde verpflichtet sich, die zur Sicherung seines Systems und seiner Daten notwendigen Vorkehrungen zu treffen. Hierzu gehören insbesondere eine regelmäßige und lückenlose Datensicherung und die Verwendung einer aktuellen Schutzsoftware zur Abwehr von Computerviren. Der Kunde ist verpflichtet, ihm vom Verlag zur Verfügung gestellte Log-In-Daten geheim zu halten. Er ist nicht befugt, sie an Dritte weiterzugeben oder sie über den vereinbarten Nutzungsumfang hinaus zu verwenden. Mit Vertragsbeendigung endet die Nutzungsberechtigung insgesamt, der Zugang des Kunden zu den Digitalen Produkten wird gesperrt und bestehende (jeweilige) Nutzerkennungen gelöscht.
- 15.7 Weitere Informationen und Anleitungen (z.B. Downloads, Datenformate, Zahlungsarten, Laufzeiten) findet der Kunde in den FAQ unter <https://www.datakontext.com/faq>

16 Produktkennzeichen; Lizenzbestimmungen

16.1 Die Digitalen Produkte sind urheberrechtlich geschützte Werke (z.B. Software-Programme oder Datenbanken). Der Kunde erkennt an, dass es sich bei den Digitalen Produkten um schutzfähige Werke handelt, etwa bei der Online-Datenbank sowohl um ein schutzfähiges Datenbankwerk im Sinne des § 4 Abs. 2 S. 1 UrhG als auch um eine schutzfähige Datenbank im Sinne von § 87a Abs. 1 UrhG. Des Weiteren erkennt der Kunde an, dass der Verlag "Hersteller" der Online-Datenbank im Sinne von § 87a Abs. 2 UrhG ist. Die zur Nutzung der Digitalen Produkte erforderlichen Computerprogramme unterfallen dem Schutz der §§ 69a ff. UrhG. Auch die Rechte an allen übrigen Bestandteilen der Digitalen Produkte, insbesondere Nutzungs- und Leistungsschutzrechte an den enthaltenen Inhalten, liegen beim Verlag.

Marken, Firmenlogos, sonstige Kennzeichen oder Schutzvermerke, Urhebervermerke, Seriennummern und sonstige der Identifikation der Digitalen Produkte dienende Merkmale dürfen weder entfernt noch verändert werden.

16.2 Der Verlag räumt dem Kunden das einfache, nicht ausschließliche, zeitlich auf die Dauer des Vertrages beschränkte, räumlich unbeschränkte Recht ein, die erworbenen Digitalen Produkte in maschinenlesbarer Form (Objectcode) sowie die Dokumentation vertragsgemäß zu nutzen. Dokumentation in diesem Sinne ist elektronisch in die Digitalen Produkte integriert. Ein darüberhinausgehender Erwerb von Rechten an den Digitalen Produkten und der Dokumentation erfolgt nicht. Es gelten folgende weitere Schranken des Nutzungsrechts:

- Das Nutzungsrecht ist auf den Objectcode der Digitalen Produkte beschränkt. Der Verlag ist nicht verpflichtet, dem Kunden den Quellcode der Digitalen Produkte zur Verfügung zu stellen. Dem Kunden ist es untersagt, den Objectcode der Software zurückzuentwickeln (reverse engineering), zu reassembeln oder in sonstiger Weise aufzudecken, zu bearbeiten oder zu ändern. Zur Dekompilierung des Objectcodes ist der Kunde nur nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen berechtigt, insbesondere nur, soweit dies zur Herstellung der Interoperabilität mit anderen Programmen notwendig ist, ihm die hierzu erforderlichen Informationen noch nicht zugänglich gemacht worden sind und sich die Dekompilierungsarbeiten auf die Teile der ursprünglichen Software der Digitalen Produkte beschränken.
- Der Kunde darf nur eine Sicherungskopie ausschließlich zu eigenen Archivierungszwecken und zur eigenen Verwendung des Digitalen Produkts fertigen. Die Kopie ist als solche vom Kunden zu kennzeichnen. Jegliche weitergehende Vervielfältigung des Digitalen Produkts ist nicht gestattet, es sei denn, sie dient der ordnungsgemäßen Ausführung des Digitalen Produkts (z.B. zur Bildschirmdarstellung und Zwischenspeicherung im RAM).
- Das Digitale Produkt darf lediglich einheitlich verwendet werden. Das Abtrennen einzelner Komponenten ist nicht gestattet.
- Ist das Digitale Produkt eine Online-Datenbank ist der Kunde berechtigt, auf die Online-Datenbank zuzugreifen, in der Datenbank zu recherchieren und die abgerufenen Daten für den eigenen Gebrauch zu verwenden. Dies schließt das Recht ein, für die eigene Recherchenachbereitung Rechercheergebnisse bzw. die abgerufenen Dokumente abzuspeichern und auszudrucken. Eine darüberhinausgehende Nutzung ist unzulässig, insbesondere das Kopieren von Daten auf weitere Datenträger zu sonstigen Zwecken, die Verwendung von Daten zur Herstellung mehr als nur einzelner Vervielfältigungsstücke, zur Herstellung systematischer Sammlungen oder zur gewerblichen Nutzung.
- Enthält die überlassene Digitale Produkt Dokumentationen, die elektronisch in das Digitale Produkt integriert sind (elektronische Dokumentation), ist der Kunde berechtigt, eine Kopie dieser elektronischen Dokumentation zu drucken. Die Kopie ist als solche vom Kunden zu kennzeichnen. Eine darüberhinausgehende Vervielfältigung der mitgelieferten Dokumentationen, die nicht der bloßen Darstellung auf dem Computermonitor dient, eine Bearbeitung oder öffentliche Zugänglichmachung sind nicht gestattet.

16.3 Der Kunde ist nur berechtigt, eine Kopie des Digitalen Produkts auf einer einzelnen Recheneinheit (Computer) zu installieren, zu verwenden, darauf zuzugreifen, anzuzeigen und auszuführen. Das Digitale Produkt darf nicht über ein Netzwerk verwendet werden, es sei denn, es wird ausdrücklich und gesondert schriftlich eine Netzwerklizenz eingeräumt.

Wird die Verwendung des Digitalen Produkts über ein Local-Area-Network (Netzwerk) ermöglicht, ist der Erwerb einer gesonderten Netzwerklizenz erforderlich. Wird die Netzwerklizenz zur Nutzung durch einen Nutzer erteilt (Single-User), ist nur jeweils eine einzige Person gleichzeitig zur Nutzung des Digitalen Produkts berechtigt. Wird die Netzwerklizenz zur Nutzung durch mehrere Nutzer erteilt (Multi-User), ist jeweils die Zahl von Personen, die der Zahl der erworbenen Lizenzen entspricht, gleichzeitig zur Nutzung des Digitalen Produkts berechtigt. Die Befugnis zum Einsatz des Digitalen Produkts in einem Netzwerk umfasst nicht das Recht, das Digitale Produkt anderen Unternehmen zur Nutzung zu überlassen.

Die Netzwerklizenz berechtigt nicht zur Nutzung der Software in einem öffentlichen Netzwerk und/oder zur sonstigen öffentlichen Zugänglichmachung. Bei einem WLAN sind geeignete Verschlüsselungsmassnahmen zu treffen, so dass Dritte auf das lizenzierte Material keinen Zugriff erlangen können.

- 16.4 Eine Teilung oder Übertragung der eingeräumten Nutzungsrechte bzw. eine Vermietung oder sonstige zeitweise oder endgültige entgeltliche oder unentgeltliche Nutzungsüberlassung der Digitalen Produkte oder einzelnen Teilen der Digitalen Produkte ist dem Kunden nicht gestattet. Eine Unterlizenzierung ist dem Kunden nicht gestattet.
- 16.5 Die Regelungen dieser Ziffer 16 gelten auch für die Nutzungsberechtigung an Updates, Ergänzungen, Add-On-Komponenten oder sonstigen für die Verwendung mit den Digitalen Produkten bestimmten Zusatzprogrammen, die dem Kunden vom Verlag zur Verfügung gestellt werden.
- 16.6 Verstößt der Kunde gegen diese Lizenzbedingungen, ist der Verlag berechtigt, dem Kunden das Nutzungsrecht an dem Digitalen Produkt und den Dokumentationen zu entziehen, es sei denn, der Kunde hat den Verstoß nicht zu vertreten. Sonstige gesetzliche Rechte des Verlages bleiben unberührt. Der Kunde wird insbesondere darauf hingewiesen, dass der Verlag berechtigt ist, die gesetzlichen Ansprüche nach §§ 97 ff. UrhG geltend zu machen (z.B. Schadensersatz, Herausgabe des erzielten Gewinns, Beseitigung u.a.).

17 Laufzeit und Kündigungen von E-Learning Abonnements

- 17.1 Es gelten die bei Bestellung vereinbarte Laufzeit und/oder Kündigungsfrist.
- 17.2 Das Recht jeder Partei zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.
- 17.3 Jede Kündigung hat in Schriftform zu erfolgen.

18 Gewährleistung

Die Gewährleistungsfrist ist auf ein (1) Jahr beschränkt. Im Übrigen richten sich die Gewährleistungsrechte für Mängel von Digitalen Produkten nach den gesetzlichen Vorschriften. Hierbei wird berücksichtigt, dass eine fehlerfreie Funktionsweise der Digitalen Produkte nicht unter sämtlichen Anwendungsbedingungen realisiert werden kann. Die Mängelhaftung ist daher ausgeschlossen, wenn das Digitale Produkt auf einem System betrieben wird, welches nicht den in der Dokumentation angegebenen Mindestvoraussetzungen entspricht, es sei denn, der Kunde weist nach, dass der Fehler auch vorliegen würde, wenn das Digitale Produkt auf einem System eingesetzt worden wäre, welches diesen Mindestvoraussetzungen genügt. Die im Rahmen der gesetzlichen Sachmängelhaftung geschuldete Nacherfüllung kann auch dadurch erbracht werden, dass der Verlag dem Kunden ein Programm zur Verfügung stellt, durch das der Fehler mittels geeigneter programmiertechnischer Maßnahmen umgangen wird (Patch).

19 Haftung

Die Musterdokumente, Checklisten und Formulare erheben keinen Anspruch auf Richtigkeit und Vollständigkeit und ersetzen keine Rechts- bzw. Datenschutzberatung. Eine Haftung kann deshalb nicht übernommen werden. Im Übrigen gelten die Haftungsregelungen in Ziffer 5.

20 Speichern von Daten; Datenschutz

- 20.1 Bei der Verwendung von Online-Datenbank-Produkten können unterschiedlichste Daten, interne Anmerkungen oder Recherchen des Kunden im Rahmen der Verwendung und Recherchemöglichkeiten gespeichert werden. Es liegt vollständig in der eigenständigen Verantwortung des Kunden, nach Beendigung der jeweiligen Sitzung etwaige Eingaben vollständig zu löschen, den Abmeldevorgang ordnungsgemäß durchzuführen sowie insbesondere alle notwendigen internen betrieblichen Voraussetzungen im Sinne des Bundesdatenschutzes und der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung zu schaffen, einzuhalten und auf dem aktuellen Stand zu unterhalten.

Die physische Speicherung der Datenbankinhalte kann bei Subunternehmen des Verlags erfolgen.

- 20.2 Im Übrigen wird zum Datenschutz auf Ziffer 36 verwiesen.

IV. Besondere Regelungen für Veranstaltungen

21 Veranstaltungen

Die Besonderen Regelungen für Veranstaltungen gelten für sämtliche Verträge und Vertragsangebote im Zusammenhang mit sämtlichen Veranstaltungen des Verlages und ggf. der, jeweils in der Veranstaltung ausdrücklich benannten, Mitveranstalter (insbesondere im Zusammenhang mit deren Besuch, Vorbereitung und Durchführung, der Erbringung und Entgegennahme von veranstaltungsvorbereitenden oder veranstaltungsbegleitenden Dienstleistungen oder sonstigen Geschäftsbeziehungen), gleich ob diese physisch (z.B. Inhouse-Schulungen, Messen und Kongresse; „**Präsenzveranstaltungen**“) oder digital bzw. virtuell (z.B. Webinare, Online-Workshops; „**Digitalveranstaltungen**“) oder als Mischform (z.B. Live Stream einer physisch stattfindenden Veranstaltung; „**Hybridveranstaltungen**“) stattfinden.

22 Vertragsschluss durch Anmeldung über Webseiten externer Dienstleister

Abweichend von Ziffer 2.1 besteht im Einzelfall die Möglichkeit einer Anmeldung, insbesondere bei Online-Buchungen, über Webseiten externer Dienstleister (z.B. XING, LinkedIn, Facebook etc.). In diesem Falle gelten auch die jeweils geltenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen der verwendeten Social Media Plattformen.

23. Stornierung durch den Kunden; Ersatzteilnehmer

23.1 Bei Stornierungen des Kunden im Zeitraum von vier (4) Wochen bis zum achten (8.) Tag vor Veranstaltungsbeginn wird 50% der Teilnahmegebühr berechnet. Bei Stornierungen des Kunden ab dem siebten (7.) Tag vor Veranstaltungsbeginn oder im Falle eines Nichterscheinens des Kunden am Veranstaltungstag wird die volle Teilnahmegebühr berechnet und zur Zahlung fällig. Dem Kunden bleibt es unbenommen, nachzuweisen, dass kein oder ein wesentlich niedrigerer Schaden entstanden ist bzw. der Aufwand niedriger ist als die geforderte pauschale Entschädigung.

Im Falle einer Stornierung durch den Kunden kann insbesondere bei Online-Buchungen über Webseiten externer Dienstleister (z.B. Semigator, etc.) überdies eine Stornogebühr berechnet und zur Zahlung fällig werden. Es gelten die bei der Buchung jeweils genannten Teilnahme- und Stornierungsgebühren.

23.2 Bei Verhinderung eines angemeldeten Kunden kann ein Ersatzteilnehmer teilnehmen. Hierdurch entstehen keine weiteren Kosten. Anfallende Stornogebühren Dritter (z. B. von Hotelbuchungen) bleiben hiervon unberührt und gehen zu Lasten des Kunden.

23.3 Stornierungen müssen stets schriftlich (per Brief, Fax oder E-Mail) gegenüber dem Verlag erfolgen. Maßgeblich für die Berechnung der Stornierung ist der Zugang der schriftlichen Stornierung beim Verlag.

24. Änderungsvorbehalt; Verschiebung & Absage von Veranstaltungen

24.1 Der Verlag behält sich vor, die gesamte Veranstaltung oder einzelne Teile räumlich, örtlich und/oder zeitlich zu verlegen, die Dauer, den Inhalt, Methodik, Organisation (z.B. Ersetzung bestimmter Referenten durch andere Referenten, etc.) sowie das Format (z.B. von Präsenzveranstaltung zu Digitalveranstaltung, etc.) zu ändern oder auch kurzfristig abzusagen (z.B. wegen zu geringer Nachfrage bzw. Teilnehmerzahl oder aus sonstigen Gründen (z.B. plötzliche Erkrankung des Referenten, höhere Gewalt, etc.)). Vorbehaltlich Ziffer 24.2 ergibt sich für den Kunden hieraus nicht das Recht zum Rücktritt vom Vertrag. Der Verlag hat in diesen Fällen den Kunden unverzüglich zu unterrichten.

24.2 Bei einer Verschiebung der Veranstaltung, hat der Kunde das Recht zur Teilnahme am neuen Termin. Bei einer durch den Verlag zu vertretenden Verschiebung der Veranstaltung kann der Kunde eine Rückabwicklung des Vertrags verlangen. Im Übrigen kann der Kunde bei Verschiebung der Veranstaltung eine Rückabwicklung des Vertrags nur verlangen, sollte der neue Termin für den Kunden unzumutbar sein. Bei einer kompletten Absage der Veranstaltung durch den Verlag, die nicht aus Gründen höherer Gewalt erfolgt, werden vom Kunden bereits entrichtete Teilnahmegebühren dem Kunden zurückerstattet.

Weitergehende Ansprüche des Kunden sind ausgeschlossen, es sei denn, diese beruhen auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten von Mitarbeitern oder sonstigen Erfüllungsgehilfen des Verlages. Soweit der Kunde über eine Social Media Plattform die Veranstaltung gebucht hat, finden die dortigen Rückerstattungsregelungen ergänzend Anwendung.

25. Veranstaltungsunterlagen; Urheberrecht

- 25.1 Der Verlag übernimmt keine Gewähr für die Korrektheit, Aktualität, Vollständigkeit und Qualität der Veranstaltungsunterlagen, die nicht von ihm erstellt wurden. Allein die jeweiligen Referenten sind in dieser Hinsicht verantwortlich für die von ihnen erstellten Unterlagen.
- 25.2 Der Kunde erhält die Veranstaltungsunterlagen zu Beginn der Veranstaltung. Der Verlag behält sich das Eigentum an den Veranstaltungsunterlagen bis zur vollständigen Begleichung aller Forderungen aus der laufenden Geschäftsbeziehung mit dem Kunden vor.

Der Kunde wird ausdrücklich darüber informiert, dass sämtliche Veranstaltungsunterlagen dem Schutz des Urheberrechts unterliegen. Jegliche Vervielfältigungs- oder Verbreitungshandlung oder öffentliche Zugänglichmachung bedarf der ausdrücklich vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages.

26. Besondere Regelungen für Präsenzveranstaltungen

- 26.1 An- und Abreisen und Übernachtungen sind vom Kunden auf eigene Kosten selbst zu organisieren/zu buchen.
- 26.2 Der Kunde muss bei der Einlasskontrolle unaufgefordert die vorgesehene Einlassberechtigung vorweisen. Sofern die Einlassberechtigung personengebunden ist, kann der Kunde auch aufgefordert werden, sich mit einem gültigen amtlichen Ausweisdokument auszuweisen. Wird dem Kunden ein nicht übertragbares Einlassabzeichen (z. B. ein Event-Badge oder ein Wrist-Band) gewährt, muss er dieses während der jeweiligen Veranstaltung bei sich tragen, insbesondere um nach Verlassen der Veranstaltungsräume wieder eingelassen zu werden.
- 26.3 Der Verlag behält sich das Recht vor, Kunden den Einlass zu verwehren, sofern sie gegen die Hausordnung verstoßen oder aggressiv oder ausfallend erscheinen oder unter dem Einfluss von Rauschmitteln stehen. Waffen oder gefährliche Gegenstände dürfen nicht mit in die Veranstaltungsräume gebracht werden. Bei den Veranstaltungen übt der Verlag das Hausrecht aus. Seinen Weisungen ist Folge zu leisten. Die jeweilige Hausordnung des Veranstaltungsortes ist während des Aufenthaltes in den Veranstaltungsräumen zu beachten. Bei Verstößen gegen die Hausordnung sowie bei ungenehmigten Ambush-/Guerilla-Marketing-Maßnahmen kann der Kunde von der weiteren Teilnahme an der Veranstaltung ausgeschlossen und dazu aufgefordert werden, die Veranstaltungsräume zu verlassen. Weitergehende Ansprüche des Verlages gegen den Kunden bleiben unberührt.
- 26.4 Finden Präsenzveranstaltungen beim Kunden statt (z.B. Inhouse-Schulung) gelten ergänzend die Regelungen dieser Ziffer 26.4

Spätestens am Vortag der Veranstaltung nennt der Kunde die Teilnehmerzahl. Sofern Personen teilnehmen sollen, die zum Kunden nicht in einem Dienst-, Arbeits- oder Ausbildungsverhältnis stehen, hat der Kunde dies dem Verlag spätestens am Vortag der Veranstaltung schriftlich anzuzeigen.

Der Kunde stellt die für die Kunden Inhouse-Präsenzveranstaltung erforderliche Technik unentgeltlich zur Verfügung (z.B. Beamer, Leinwand, Flipchart, Stifte) und stellt überdies sicher, dass die Referenten während der Veranstaltung unentgeltlich mit Getränken und einem Mittagessen versorgt werden. Spätestens am Vortag der Veranstaltung nennt der Kunde dem Verlag einen Ansprechpartner vor Ort.

Reise- und Übernachtungskosten von Referenten trägt der Kunde. Soweit die Übernachtung vom Kunden gebucht wird, ist ein Hotel mit mindestens 3-Sternen zu buchen. Sollte dies nicht möglich sein, teilt der Kunde dies dem Verlag unverzüglich mit.

27. Besondere Regelungen für Digitalveranstaltungen

- 27.1 Die Teilnahme an Digitalveranstaltungen setzt die Registrierung bei dem jeweiligen technischen Dienstleister (ggf. Dritte) voraus.
- 27.2 Der Kunde sichert zu, dass alle von ihm bei der Registrierung angegebenen Daten wahr und vollständig sind. Die Registrierung gilt nur für den Kunden persönlich bzw. für die vertraglich vereinbarte Anzahl an Teilnehmern und ist nicht übertragbar.

Die Zugangsdaten sind durch den Kunden sicher aufzubewahren und dürfen nicht an Dritte weitergegeben werden. Der Kunde ist für die Geheimhaltung seiner Zugangsdaten selbst verantwortlich und haftet für etwaige von ihm zu vertretende Schäden im Falle des Missbrauchs. Der Kunde stellt überdies sicher, dass die von ihm autorisierten Teilnehmer der Verpflichtung zur Geheimhaltung der Zugangsdaten und Verhinderung von deren unberechtigten Nutzung nachkommen.

Der Verlag behält sich vor, den Zugang zur Digitalveranstaltung bei Verstößen gegen diese AGB (insbesondere wegen falscher Angaben bei oder nach der Registrierung und/oder unbefugter Weitergabe oder Offenlegung der Zugangsdaten) oder Hacking (insbesondere des Passwortes), zeitweilig oder dauerhaft zu sperren und/oder dem Kunden den Zugang mit sofortiger Wirkung oder mit im eigenem Ermessen stehender Frist endgültig zu entziehen und/oder den Vertrag zur Teilnahme an der Digitalveranstaltung außerordentlich und fristlos zu kündigen.

- 27.3 Der Verlag ist frei in der Gestaltung der Inhalte und jederzeit berechtigt, die Digitalveranstaltung zu ändern, einzuschränken, zu erweitern, oder ganz einzustellen. Der Verlag ist bei der Erbringung seiner Leistung frei, diese auch durch Dritte nach eigener Wahl zu erbringen.

Im Falle von Online-Workshops, die ausschließlich für den Kunden und die von ihm benannten Teilnehmer erfolgen, stellt der Kunde das Online-Tool zur Durchführung der Veranstaltung zur Verfügung und übernimmt die Teilnehmererfassung im Tool [sowie die Einladung des/r Referenten/in].

- 27.4 Die Digitalveranstaltung beruht teilweise auf Inhalten von Mitveranstaltern, Kooperationspartnern, Sponsoren und Ausstellern des Verlages, u.a. kann der Verlag für die Aufzeichnungen und Liveübertragungen externe Sprecher und Moderatoren einsetzen. Der Verlag übernimmt keine Haftung - weder ausdrücklich noch stillschweigend - für Richtigkeit, Vollständigkeit, Verlässlichkeit und Aktualität sowie für die Brauchbarkeit der Inhalte der Digitalveranstaltung für den Kunden bzw. sonstige Teilnehmer. Aufzeichnungen von Digitalveranstaltungen durch den Kunden bzw. Teilnehmer sind nicht gestattet.

- 27.5 Die Digitalveranstaltung ist nicht an Personen in Ländern gerichtet, die das Vorhalten bzw. den Aufruf der darin eingestellten Inhalte untersagen. Jeder Kunde ist selbst verantwortlich, sich über etwaige Beschränkungen vor Aufruf dieser Webseiten zu informieren und diese einzuhalten.

- 27.6 Der Kunde erkennt an, dass eine 100%ige Verfügbarkeit der Digitalveranstaltung technisch nicht zu realisieren ist. Insbesondere Wartungs-, Sicherheits- oder Kapazitätsbelange sowie Ereignisse, die nicht im Einflussbereich des Verlages stehen, können zu Störungen oder zur vorübergehenden Einstellung der Digitalveranstaltung führen. Die Abwicklung der Digitalveranstaltung erfolgt mit marktüblicher Software. Maßgeblich sind die angegebenen Softwarevoraussetzungen bei der Anmeldung. Der Verlag hat keinen Einfluss auf die Verfügbarkeit und fehlerfreie technische Voraussetzungen dieser Software.

28. Besondere Regelungen für Hybridveranstaltungen

Für Hybridveranstaltungen gelten die besonderen Regelungen für Präsenzveranstaltungen (Ziffer 26) und für Digitalveranstaltungen (Ziffer 27) entsprechend.

V. Besondere Regelungen für Anzeigen, Beilagen und Online-Werbemittel

29. Anzeigen, Beilagen und Online-Werbemittel

Die Besonderen Regelungen für Anzeigen, Beilagen und Online-Werbemittel gelten für sämtliche Verträge und Vertragsangebote über die Veröffentlichung aller Werbeaufträge, einschließlich Beilagenaufträge und Veröffentlichungen in Online-Medien, sowie Folgeaufträge des Kunden

Die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Verlages bildet einen wesentlichen Vertragsbestandteil dieser AGB.

30. Ablehnung von Anzeigenaufträgen

Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, auch in Form von einzelnen Abrufen im Rahmen eines Gesamtabchlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt und/oder vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Ein etwaig vorliegender Gesamtabchluss wird hiervon nicht berührt. Der Verlag erklärt die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte.

31. Preise, Zahlungsbedingungen, Preisnachlässe

- 31.1 Der Preis für die Veröffentlichung einer Anzeige richtet sich nach der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses geltenden Preisliste. Bei Änderung der Anzeigenpreisliste gelten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge.
- 31.2 In der Preisliste bezeichnete Nachlässe werden nur dem Kunden und nur für die innerhalb eines Jahreszeitraums erscheinenden Anzeigen gewährt („**Anzeigenjahr**“). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines solchen Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht anders vereinbart.
- Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Nachlass, sofern der Grundauftrag nachlassfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat vor Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreichtein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.
- 31.3 Aus einer Auflagenminderung kann kein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung im vorgenannten Sinne gilt nur dann als ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn eine zugesicherte Auflage um mindestens 20% unterschritten wird.

32. Vertragsabwicklung; weitere Kosten

- 32.1 Anzeigenaufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.
- 32.2 Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckvorlagen ist der Kunde verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckvorlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag schuldet für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckvorlagen werden nur auf besondere Aufforderung innerhalb von vier (4) Wochen nach ihrer Überlassung an den Kunden zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlages über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs (6) Monate nach Ablauf des Auftrages.
- 32.3 Enthält der Auftrag keine Vorgaben zu Höhe, Breite und Farbgebung der Anzeige, wird entsprechend dem mutmaßlichen Willen des Kunden verfahren. Bei der Preisberechnung wird in diesem Falle die tatsächliche Abdruckgröße zugrunde gelegt.
- 32.4 Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Kunde gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Kunde.
- 32.5 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Kunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Geht der Abzug nicht fristgemäß beim Verlag wieder ein, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
- 32.6 Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Textteilanzeigen müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
- 32.7 Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier (4) Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Kunden auf normalem Postwege auf dessen Kosten zugesandt (auch wenn es sich um ursprüngliche Express- oder Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt der Verlag nicht.
- 32.8 Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.
- 32.9 Anzeigenaufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Kunde die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.
- 32.10 Der Kunde ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige, Beilage und Online-Werbemittel verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen deren Veröffentlichung frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Auftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt oder verletzt. Wird der Verlag durch gerichtliche Verfügung z.B. zum Abdruck einer Gegendarstellung aufgrund der geschalteten Anzeige

verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten der Gegendarstellung nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

32.11 Der Kunde räumt dem Verlag sämtliche für Vertragsdurchführung erforderlichen Rechte an den von ihm zugelieferten Werbemitteln und sonstigen Materialien, insbesondere die urheberrechtlichen Nutzungsrechte und sonstigen Rechte ein. Hierzu zählen insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, zur Umarbeitung, zu Verbreitung, zur öffentlichen Zugänglichmachung, zur Übertragung, zur Sendung, zur Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf. Die Rechte werden räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung der beauftragten Anzeige bzw. Online-Werbung notwendigen Umfang eingeräumt, gelten für alle, im Rahmen des Vertragszwecks relevanten bekannten Nutzungsarten und sind zeitlich auf den für die Schaltung der Anzeige bzw. Online-Werbung vereinbarten Leistungszeitraum beschränkt. Die Rechte sind an in die Leistungserbringung eingebundene Dritte übertragbar und unterlizenzierbar.

32.12 Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibern an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem sog. Kunden-Netto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag ausdrücklich anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Kunden werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden.

Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

33. Zulieferung von Beilagen

Da Beilagen maschinell in die Print-Publikation eingelegt werden, übernimmt der Verlag nur dann die Gewähr für das ordnungsgemäße Einlegen, wenn die vom Kunden beizustellenden Beilagen sachgemäß verpackt, unbeschädigt und genau gefalzt angeliefert werden. Bei der Annahme von angelieferten Beilagen kann die Stückzahl vom Verlag nicht kontrolliert werden, die Unterzeichnung auf dem Lieferschein bedeutet deshalb keine Bestätigung der Stückzahl. Unvollständige oder unrichtige Angaben auf Fremdlieferscheinen können zu einer fehlerhaften Beilagenverbreitung führen, für die der Verlag dann nicht haftet. Eine bestimmte Platzierung im Heft kann nicht zugesagt werden.

34. Veröffentlichung in Online-Medien

Für Anzeigen in Print-Medien, die auch oder rein in Online-Medien veröffentlicht werden, gelten folgende zusätzliche Bedingungen:

34.1 Die Anzeige wird im Online-Medium in einer dem üblichen technischen Standard entsprechenden Weise wiedergegeben. Eine jederzeitige und vollständig fehlerfreie Wiedergabe der Anzeige kann der Verlag jedoch nach dem derzeitigen Stand der Technik nicht sicherstellen. Ein vom Verlag zu vertretender Fehler in der Wiedergabe liegt insbesondere dann nicht vor, wenn die Wiedergabe durch folgende, außerhalb des Verantwortungsbereichs des Verlags liegende Umstände beeinträchtigt wird:

- Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware (z. B. Browser) oder Hardware des Users oder des Internetdienstleisters;
- Störung der Kommunikationsnetze;
- Rechnerausfall auf Grund von Systemversagen oder Leitungsausfall;
- unvollständige und/oder nicht aktualisierte Zwischenspeicherung auf Proxy-Servern oder im lokalen Cache;
- Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung der Anzeige andauert.

Bei einem Ausfall des vom Verlag genutzten Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10% der gebuchten Zeit einer zeitgebundenen Festbuchung), wird der Verlag den Veröffentlichungszeitraum in Abstimmung mit dem Kunden entsprechend der Ausfallzeit verlängern. Entspricht die Verlängerung nicht den Interessen des Kunden, reduziert sich die vom Kunden für die Online-Veröffentlichung zu leistende Vergütung anteilig entsprechend der Ausfallzeit. Weitere Ansprüche sind - unbeschadet der Ziffer 5 dieser AGB - ausgeschlossen.

34.2 Aufträge für Online-Werbung können bis spätestens zum vereinbarten Datenanliefertermin vor dem vereinbarten

Schaltungstermin kostenlos storniert werden. Erfolgt die Stornierung später und hat der Verlag schon alle Vorkehrungen für die Schaltung der Online-Werbung getroffen, so ist die volle Vergütung zu zahlen. Ist die Schaltung der Online-Werbung noch in Vorbereitung, kann der Verlag die Erstattung der bis zum Zeitpunkt der Stornierung angefallenen Kosten verlangen.

- 34.3 Die Inhalte und die Gestaltung der Telemedien des Verlags sind urheberrechtlich geschützt. Die Rechte hieran stehen alleine dem Verlag zu. Das Recht des Kunden ist beschränkt auf das Einstellen und Abrufen der Online-Werbung im Rahmen und für die Dauer des erteilten Auftrags.

35 Gewährleistung

- 35.1 Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr übernommen.
- 35.2 Der Verlag schuldet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier. Voraussetzung hierfür ist die Zusendung geeigneter Druckvorlagen (vgl. Angaben in Preisliste).
- 35.3 Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist gleichzeitig ein Farb-Proof vom Kunden mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Kunden wegen etwaiger Farbabweichungen.
- 35.4 Reklamationen müssen vom Kunden bei offensichtlichen Mängeln unverzüglich geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Kunde spätestens ein (1) Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Kunde den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Kunde nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Kunde das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche verjähren zwölf (12) Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige.
- 35.5 Sind etwaige Mängel der vom Kunden gelieferten Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- 35.6 Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn der Kunde schuldhaft sonstige Regelungen dieser AGB und der Preisliste nicht beachtet, die für die Qualität der Anzeigenveröffentlichung unmittelbar von Bedeutung sind.
- 35.7 Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
- 35.8 Für vom Kunden bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.
- 35.9 Bei Online-Veröffentlichungen ist der Kunde verpflichtet, diese unverzüglich nach Beginn der Verbreitung zu prüfen und erkannte Mängel unverzüglich anzuzeigen. Unterlässt der Kunde die Anzeige, so gilt die Leistung des Verlags als genehmigt, es sei denn, es handelt sich um einen Mangel, der bei der Prüfung nicht erkennbar war. Später erkannte Mängel sind ebenfalls unverzüglich anzuzeigen.

VI. Schlussbestimmungen

36. Datenschutz; Speicherung von Kundendaten

- 36.1 Die Datenverarbeitung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung („DS-GVO“). Der Verlag erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden zur Vertragsabwicklung und gibt diese auch nur zu diesem Zweck ggf. an Dritte weiter. Im Übrigen erfolgt bei berechtigtem Interesse zum Zwecke der Kreditprüfung ein Datenaustausch mit Konzernunternehmen, Auskunfteien sowie der Schutzgemeinschaft für allgemeine Kreditsicherung (Schufa).

Weitere Informationen zur Datenverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung des Verlags, die unter <https://www.swmh-datenschutz.de/datakontext> eingesehen werden kann, enthalten.

36.2 Wenn und soweit die Nutzung des Kunden gegen geltendes Datenschutzrecht verstößt, widerspricht der Verlag einer solchen Nutzung ausdrücklich. Der Verlag weist den Kunden ausdrücklich darauf hin, dass es ausschließlich in der Verantwortung des Kunden liegt, von der Speicherung personenbezogener Daten abzusehen. Der Kunde stellt den Verlag für den Fall etwaiger Verletzungen seiner vorgenannten Pflichten u.a. seiner originären Pflichten aus dem Bundesdatenschutzgesetz und der DS-GVO frei.

37 Änderung dieser AGB; Recht und Gerichtsstand; Salvatorische Klausel

37.1 Der Verlag behält sich die Änderung dieser AGB vor.

37.2 Auf diese AGB sowie das Verhältnis zwischen dem Kunden und dem Verlag findet ausschließlich deutsches Recht Anwendung unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Ausschließlicher - auch internationaler - Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus und/oder im Zusammenhang mit diesen AGB und/oder dem Vertrag zwischen dem Verlag und dem Kunden bzw. dessen Zustandekommen ist der Sitz des Verlages. Erfüllungsort ist Frechen.

37.3 Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit dieser AGB im Übrigen nicht berührt. Die Parteien verpflichten sich, die unwirksame oder unwirksam gewordene Bestimmung durch eine solche zu ersetzen, die dem wirtschaftlichen Sinn und Zweck dieser AGB bzw. der entsprechenden Regelung am ehesten entspricht. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Lücken in diesen AGB.

38 Angaben zum Verlag

DATAKONTEXT GmbH
Augustinusstraße 11 A
50226 Frechen
DEUTSCHLAND

Sitz der Gesellschaft: Frechen
Eingetragen beim Amtsgericht Köln unter HRB 82299
USt-IdNr.: DE297838467

Geschäftsführer: Dr. Karl Ulrich

Telefon +49 (0) 22 34 - 989 49 - 30
Fax +49 (0) 22 34 - 989 49 - 32
E-Mail info@datakontext.com
Internet www.datakontext.com