

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Auftraggebers in einer Druckschrift bzw. in der digitalen Version der Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Der Verlag ist Verleger mehrerer Druckmagazine und deren digitaler Versionen. Anzeigenschluss ist der Zeitpunkt, bis zu dem Anzeigen grundsätzlich neu aufgenommen werden können. Druckunterlagenschluss ist der Zeitpunkt, bis zu dem Druckunterlagen bei dem Verlag eingegangen sein müssen, damit sie in der jeweiligen Ausgabe des Magazins/Mediums erscheinen können. Anzeigenschluss und Druckunterlagenschluss der jeweiligen Ausgabe eines Magazins/Mediums sind aus den Mediadaten (www.männer.media/mediadaten) ersichtlich.

2. Anzeigenaufträge werden in der Ausgabe des Mediums veröffentlicht, die im Auftrag vereinbart ist; bei fehlender Vereinbarung in der nächst möglichen Ausgabe. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die erforderlichen Druckunterlagen bzw. Informationen rechtzeitig bis Druckunterlagenschluss gem. Mediadaten (www.männer.media/mediadaten) an den Verlag zu übermitteln. Kommt der Auftraggeber dieser Verpflichtung nicht nach, wird der Verlag von der Verpflichtung frei, die Anzeige zu veröffentlichen. Die Vergütungspflicht entfällt hierdurch nicht. Hat der Verlag den gebuchten Anzeigenplatz anderweitig veräußert, hat er sich jedoch die Einnahmen aus dieser Veröffentlichung anrechnen zu lassen.

Bei der Vereinbarung von mehreren Anzeigen auf Abruf oder sofern keine ausdrücklichen Vereinbarungen getroffen wurden, jedoch die Veröffentlichung in der nächsten Ausgabe noch nicht gewünscht ist, ist die Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Vertragsabschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Sofern ein rechtzeitiger Abruf nicht erfolgt, ist der Auftrag auch ohne/vor Veröffentlichung zu vergüten. Der Verlag hat das Recht, die entsprechende Rechnung sodann fällig zu stellen, sofern er den Auftraggeber auf die ausstehenden Abrufe hinweist und auf die Folge der Vergütungspflicht auch bei Nichtveröffentlichung der Anzeige hinweist.

3. Ein Anspruch auf eine bestimmte Platzierung einer Anzeige besteht nicht, es sei denn, es wurden entsprechende ausdrückliche Vereinbarungen in Textform getroffen.

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

5. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung der Verlag nach seinem Ermessen ablehnt. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber schnellstmöglich mitgeteilt.

6. Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche und durch den Verlag vorzunehmende Änderungen des Anzeigenmotivs hat der Auftraggeber zu tragen. Der Kostenansatz wird dem Auftraggeber auf Anfrage mitgeteilt.

7. Für die rechtzeitige Lieferung der druckfähigen Anzeigenvorlage ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Rechtzeitigkeit bestimmt sich nach dem jeweiligen Druckunterlagenschluss (www.männer.media/mediadaten). Sofern der Auftraggeber seiner Verpflichtung zur rechtzeitigen Lieferung bis Druckunterlagenschluss trotz mündlicher oder sonstiger Aufforderung des Verlags nicht nachkommt, wird der Verlag von der Verpflichtung zur Veröffentlichung der Anzeige frei. Die Vergütungspflicht entfällt hierdurch nicht. Hat der Verlag den gebuchten Anzeigenplatz anderweitig veräußert, hat er sich jedoch die Einnahmen hieraus anrechnen zu lassen. Bei einem Auftrag, der auf die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen gerichtet ist oder bei Folgeaufträgen ist der Verlag in Fällen der nicht rechtzeitigen Lieferung der druckfähigen Anzeigenunterlagen berechtigt, die jeweils zuletzt erschienene Anzeige erneut zu veröffentlichen. Dies gilt auch dann, wenn der Inhalt der Anzeige offensichtlich nicht mehr aktuell ist, sofern der Verlag den Auftraggeber hierauf nicht mündlich oder textlich hingewiesen hat.

8. Ist von dem Auftrag ausdrücklich die grafische Erstellung des Anzeigenmotivs erfasst, so ist der Auftraggeber verpflichtet, alle für die Erstellung der Anzeige erforderlichen Motive und Informationen spätestens bis zum Anzeigenschluss gem.

Mediadaten (www.männer.media/mediadaten) an den Verlag zu übermitteln. Sofern der Auftraggeber dieser Verpflichtung trotz mündlicher oder sonstiger Aufforderung des Verlags nicht nachkommt, wird der Verlag von der Verpflichtung zur Veröffentlichung der Anzeige frei. Die Vergütungspflicht bleibt bestehen. Hat der Verlag den gebuchten Anzeigenplatz anderweitig veräußert, hat er sich jedoch die Einnahmen hieraus anrechnen zu lassen.

9. Soweit die grafische Anzeigenerstellung beauftragt wurde, gilt die Abnahme der Erstellung als erfolgt, wenn nach der verlagsseitigen Übermittlung des Anzeigenergebnisses eine ablehnende Mitteilung/Rüge des Auftraggebers nicht spätestens bis zum Druckunterlagenschluss in Textform bei dem Verlag eingeht.

10. Die durch die Anzeigengestaltung auf Seiten des Verlags entstandenen Urheber- und Nutzungsrechte z.B. für die Gestaltung von Anzeigen werden hinsichtlich der Nutzungsrechte nur insoweit an den Auftraggeber übertragen, als sie für die Durchführung des Vertrags erforderlich sind. Ein Anspruch auf die Herausgabe der Arbeitsergebnisse in Datenformaten o.ä. besteht seitens des Auftraggebers nicht. Er ist nicht berechtigt, entsprechende Arbeitsergebnisse unabhängig von der Vertragsdurchführung zu nutzen.

11. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

12. Der Auftraggeber hat bei mangelhaftem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung in dem Umfang, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde oder bei einem erheblichem Mangel Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzanzeige. Ein Mangel liegt nicht bei einer farblich oder formativ geringfügigen Abweichung vor oder einem geringfügig abweichenden Beschnitt.

13. Schadensersatzansprüche aus jedweder Rechtsgrundlage sind beschränkt auf Ersatz des für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlenden Entgelts. Dies gilt nicht bei unerlaubter Handlung oder bei Personen- oder Gesundheitsschäden.

14. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgeltes beschränkt. Die Rügepflichten nach § 377 HGB gelten entsprechend.

15. Probeabzüge werden nur bei ausdrücklicher textlicher Vereinbarung in digitaler Form übermittelt. Der Auftraggeber hat einen Probeabzug unverzüglich, spätestens bis zum Druckunterlagenschluss bzw. einer ihm mitgeteilten Frist zu prüfen und mit eindeutigen Korrekturen an den Verlag zurückzusenden. Der Verlag berücksichtigt alle eindeutigen Fehlerkorrekturen, die ihm bis Druckunterlagenschluss bzw. innerhalb der gesetzten Frist textlich mitgeteilt werden.

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

17. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er vom Auftraggeber irreführt oder getäuscht wird. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeigen bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Des Weiteren hat der Inserent in diesem Fall alle dem Verlag entstehenden Kosten wie Rechtsprüfungs-, Rechtsabwehr- und sonstige Kosten zu erstatten. Weiterer Schadensersatz bleibt hiervon unberührt.

18. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Der Auftraggeber hält den Verlag auch von allen Ansprüchen aus Verstößen gegen das Urheberrecht, Persönlichkeitsrechten und sonstigen Rechten, aus den Dritte wegen der Veröffentlichung Rechte herleiten, frei.

19. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten, für laufende Aufträge jedoch nicht vor Ablauf von zwei Monaten nach Bekanntgabe.

20. Fälle höherer Gewalt, wie auch vom Verlag unverschuldete Arbeitskämpfe/maßnahmen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.

21. Bei fernmündlichen Anzeigen, Termin- und Ausgabenänderungen, Textkorrekturen o.ä. übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung.

22. Wird ein Anzeigenabschluss erweitert, so kann auf die neu hinzugebuchten Anzeigen ein der tatsächlichen Abnahmemenge entsprechender Nachlass zugrunde gelegt werden. Ansprüche auf rückwirkende Nachlässe bestehen nicht.

23. Das Stornieren von Anzeigenschaltungen ist durch Mitteilung in Textform an den Verlag möglich. Für stornierte Anzeigen wird eine Stornogebühr in Höhe von 35% des vereinbarten Anzeigenpreises bei Stornierung bis zu 60 Tagen vor Anzeigenschluss, eine Stornogebühr in Höhe von 50% des vereinbarten Anzeigenpreises in dem Zeitraum von 59 bis zu 30 Tagen vor Anzeigenschluss, eine Stornogebühr in Höhe von 75% bei Stornierung in dem Zeitraum von 29 bis zu 14 Tagen vor Anzeigenschluss und eine Stornogebühr in Höhe von 100% bei Stornierung danach fällig. Außerdem werden die Abschlussrabatte gemäß der Preisliste auf die tatsächliche Abnahmemenge reduziert und für alle weiteren Anzeigen im Rahmen dieses Abschlusses zugrunde gelegt. Für die bereits abgerechneten Anzeigen des Abschlusses wird ein zu hoch gewährter Rabatt vom Verlag nachbelastet. Hat der Verlag den gebuchten Anzeigenplatz anderweitig veräußert, hat er sich jedoch die Einnahmen aus dieser Veröffentlichung anrechnen zu lassen.

24. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen und Sonderveröffentlichungen Sonderpreise festzulegen.

25. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist sofort fällig.

26. Bei Zahlungsverzug oder Stundung hat der Auftraggeber Zinsen und Kosten zu entrichten. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. In diesem Fall steht dem Verlag nach entsprechender Ankündigung mit Fristsetzung darüber hinaus ein Sonderkündigungsrecht zu. Macht der Verlag von dem Sonderkündigungsrecht Gebrauch, so ist er berechtigt, die vereinbarte Vergütung für den Umfang des gesamten Auftrages zu verlangen; der Verlag muss sich jedoch dasjenige anrechnen lassen, was er infolge der Kündigung des Vertrags an Aufwendungen erspart oder durch anderweitige Verwendung erwirbt oder zu erwerben böswillig unterlässt.

Bei Vorliegen eines begründeten Zweifels an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenkundiger Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

27. Mit dem Abschluss des Vertrags ist der Auftraggeber damit einverstanden, dass im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die erforderlichen Daten durch den Verlag mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert werden.

28. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über eine oder mehrere Anzeigen kein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, sofern im erteilten Auftrag keine Auflage angegeben wurde.

29. Von dem Auftraggeber übergebene Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung und bis zu maximal 3 Monate nach Veröffentlichung der Anzeige an den Auftraggeber zurückgesandt.

30. Erfüllungsort ist Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

General Terms and Conditions for Advertisements and Third Party Supplements in Newspapers and Magazines

1. In the following General Terms and Conditions, 'Advertisement Order' means a contract for the publication in print, or in the digital version of the printed publication, of one or more advertisements on behalf of Advertisers seeking to widen their distribution. The Publisher publishes several magazines in printed and digital versions. The advertising deadline is the point in time up to which advertisements can be accepted for publication. The artwork and ad copy deadline is the point in time by which the Publisher must have received the artwork and ad copy for it to be published in the next issue of the magazine/medium. The advertising deadline and the artwork and ad copy deadline for particular issues of the magazine/medium are stated in the media data (www.maenner.media/mediadaten).

2. Advertisements are published in the issue of the medium stated in the Advertisement Order. If no issue number is stated in the order, the advertisement is published in the next possible issue. It is the Advertiser's responsibility to deliver the necessary artwork and ad copy or information to the Publisher in due time before deadline stated in the media data (www.maenner.media/mediadaten). If the Advertiser fails to meet the artwork and ad copy deadline, the Publisher is not under any obligation to publish the advertisement. However, the Advertiser's obligation to pay remains unaffected. If the Publisher is able to sell the advertising space to another advertiser, however, it shall deduct the alternative advertising revenue from the amount owed by the Advertiser. If the publication of several advertisements on a call-off basis is agreed, or no explicit agreements are entered into but the Advertiser does not wish an advertisement to be published in the next issue, the Advertiser may request publication in any issue within one year of entering into the contract. If, when a contract is entered into, the right to call off specific advertisements is granted, the advertisements must be called off within one year of the publication of the first advertisement. If an advertisement is not called off within the time period granted, the Advertisement Order must be paid for without/ before publication. The Publisher has the right to demand payment of the invoiced amount if it has notified the Advertiser of advertisements which have not been called off and informed the Advertiser that payment will be due even if the advertisement is not published.

3. The Advertiser does not have the right to demand a particular placement for an advertisement unless an explicit agreement to this effect exists in text form.

4. The Publisher is entitled to mark with the word 'advertisement' any advertisements designed so they are not readily recognisable as advertisements.

5. The Publisher reserves the right to reject Advertisement Orders, including advertisements which are called off individually under a blanket arrangement, for reasons relating to content, origin or technical form, if the content of the advertisement breaks the law or contravenes official regulations. The Publisher may also reject advertisements at its discretion. The Advertiser will be informed immediately if an order is rejected.

6. The Advertiser pays the costs for any changes to the ad motif which it requests, and the costs of any significant changes made by the Publisher for which the Advertiser is responsible. The calculation of costs will be communicated to the Advertiser upon the Advertiser's request.

7. The Advertiser is responsible for the timely delivery of the print-ready artwork and ad copy. The artwork and ad copy deadline is authoritative for the timeliness of delivery (www.maenner.media/mediadaten). If the Advertiser fails to deliver the artwork and ad copy by the deadline despite having received a verbal or written request to that effect from the Publisher, the Publisher is released from its obligation to publish the advertisement. However, the Advertiser's obligation to pay is not affected. If the Publisher is able to sell the advertising space to another Advertiser, however, it shall deduct the alternative advertising revenue from the amount owed by the original Advertiser.

Where the Advertiser places an order for the publication of several advertisements or follow-up orders and fails to deliver the print-ready artwork and ad copy in due time, the Publisher is entitled to publish the most recently published advertisement again. This applies even if the content of the advertisement is no longer current, provided that the Publisher has notified the Advertiser of this either verbally or in text form.

8. If the Advertisement Order explicitly specifies the graphical design of the ad motif the Advertiser is responsible for

sending all motifs and information necessary to create the advertisement to the Publisher before the advertising deadline as per the media data (www.maenner.media/mediadaten). If the Advertiser fails to meet this obligation, despite having received a verbal or written request from the Publisher, the Publisher is released from its obligation to publish the advertisement. In that case the Advertiser is still required to pay for the advertisement. If the Publisher is able to sell the advertising space to another Advertiser, however, it shall deduct the alternative advertising revenue from the amount owed by the original Advertiser.

9. If the advertisement is to be graphically designed, acceptance of the design shall be deemed to have taken place if the Publisher has sent the ad design to the Advertiser and the Advertiser has not communicated its rejection/criticisms of the design in writing to the Publisher by the artwork and ad copy deadline.

10. Publisher copyrights and rights of use arising from the design of the advertisement will only be transferred to the Advertiser to the extent necessary for contract execution. The Advertiser does not have the right to obtain the work results in file format from the Publisher. Furthermore, the Advertiser does not have the right to use the work results for purposes unrelated to the contract.

11. The Publisher guarantees the quality of printing typical for the publication concerned and possible on the basis of the artwork and ad copy provided.

12. If the quality of printing is deficient, the Advertiser is entitled to a reduction in price for the publication of the advertisement which reflects the extent to which the purpose of the advertisement has been impaired. If the quality of printing is significantly deficient, the Advertiser is entitled to demand a satisfactory replacement advertisement. The quality of printing shall not be deemed to be deficient if there is a minor deviation in colour or format, or a slightly different trim.

13. Claims for damages on any legal basis whatsoever are limited to reimbursement of the amount payable for the advertisement or supplement in question, except in the case of tort, personal injury or damage to health.

14. Furthermore, the Publisher has no liability for the gross negligence of vicarious agents in commercial business transactions; and in all other cases the Publisher's liability for gross negligence is limited to foreseeable damages up to the amount of the cost of the respective advertisement. The obligations to give notice of defects set out in section 377 of the German Commercial Code (HGB) apply accordingly.

15. Digital proofs will only be provided by explicit written agreement. The Advertiser shall return the proof to the Publisher, furnished with clearly legible corrections, without undue delay and by the artwork and ad copy deadline or the deadline communicated by the Publisher at the latest. The Publisher shall ensure that all clearly legible corrections which are communicated before the artwork and ad copy deadline or the set deadline are made.

16. If no specific size specifications are provided the advertisement height that is typical for the type of advertisement will be used for calculation purposes.

17. The Publisher shall apply due diligence when accepting and checking the advertisement texts. However, it shall have no liability if it has been misled or deceived by the Advertiser. By placing an Advertisement Order the Advertiser is liable to pay the cost of publishing a counter statement based on claims actually made in the published advertisement at the respectively effective advertising fee. Furthermore the Advertiser shall, in this case, pay all costs incurred by the Publisher, such as legal audit, legal defence and other costs. Further compensation for damages remains unaffected by this.

18. The Advertiser shall have responsibility for the content and legal admissibility of the text and image documents submitted for publication. Furthermore, the Advertiser shall hold the Publisher harmless against third party claims in connection with the execution of the order. The Publisher is not under any obligation to check orders and advertisements to ascertain whether they are affected by third party rights. The Advertiser shall also hold the Publisher harmless against all claims resulting from breaches of copyright, personal rights and other third party rights to the published material.

19. Changes to the advertising rate schedule shall apply from the date of entry into force or, when orders are in progress, two months after being announced at the earliest.

20. In the event of force majeure or industrial action through no fault of the Publisher, the Publisher is released from the obligation to fulfil orders and pay compensation for damages.

21. The Publisher accepts no liability for communication errors in the case of advertisement bookings, changes in dates and issues, text corrections and the like which are made by telephone.

22. If an advertisement contract is extended, a discount corresponding to the actual purchase quantity can be agreed for the newly booked advertisements. The Advertiser is not entitled to claim retroactive discounts.

23. Booked advertisements may be cancelled by notifying the Publisher in text form. For cancelled advertisements, a cancellation fee of 35% of the agreed advertisement price is due for cancellations up to 60 days before the advertisement deadline, a cancellation fee of 50% of the agreed advertisement price in the period from 59 to 30 days before the advertisement deadline, a cancellation fee of 75% for cancellations in the period from 29 to 14 days before the advertisement deadline and a cancellation fee of 100% for cancellations thereafter. Furthermore, contract discounts pursuant to the rate schedule are granted on the actual purchase volume and apply to all further advertisements purchased under this contract. The Publisher will subsequently charge the Advertiser for any discount granted which is too high for the advertisements already invoiced under the contract. If the Publisher is able to sell the advertising space to another Advertiser, however, it shall deduct the alternative advertising revenue from the amount owed by the original Advertiser.

24. The Publisher reserves the right to charge special rates for advertisements in supplements and special publications.

25. Unless the Advertiser pays in advance the invoice will be issued without delay and, where possible, within fourteen days of the advertisement's publication. It is due immediately.

26. In the event of late payment or deferment of payment, the Advertiser must pay interest and costs. In the event of default in payment, the Publisher may defer further execution of the current order until payment is made and demand advance payment for the remaining advertisements. In this case the Publisher has the right to terminate the contract for cause after appropriate notification of a time limit for payment. If the Publisher exercises its right to terminate the contract for cause, it is entitled to demand the agreed remuneration for the entire scope of the order. However, the Publisher has to deduct from that amount the costs saved as a result of terminating the contract, or the costs acquired or maliciously refrained from acquiring through other use. If there is reasonable doubt about the Advertiser's solvency, the Publisher is entitled, even during the term of an advertising contract, to make the publication of further advertisements dependent upon the advance payment of the amount due and upon settlement of outstanding invoice amounts, irrespective of any originally agreed term of payment.

27. By concluding the contract, the Advertiser agrees that the data necessary to maintain business relationships will be electronically stored and processed by the Publisher.

28. If a contract for one or more advertisements is entered into, a price reduction may not be claimed on the basis of a reduction in circulation if no circulation was specified in the order placed.

29. Printed copy provided by the Advertiser will only be returned to the Advertiser upon special request within up to a maximum of 3 months after publication of the advertisement.

30. The place of performance is the Publisher's registered place of business. In business transactions with merchants, legal entities under public law or entities with special public funds the courts at the Publisher's registered place of business have jurisdiction over legal actions. The courts at the Publisher's registered place of business also have jurisdiction if the domicile or habitual residence of the Advertiser is not known at the time when a legal action is brought, or the Advertiser has relocated his or her domicile or habitual residence since concluding the contract to outside the scope of application of the law.