

I. GRUNDBESTIMMUNGEN

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (weiter auch als „AGB“ genannt) regeln vertragliche Beziehungen zwischen der Handelsgesellschaft MAFRA, a. s. mit Sitz in Prag 5, Karla Engliše 519/11, PLZ 150 00, Ident.-Nr.: 45313351, USt.-Ident.- Nr.: CZ45313351, eingetragen im Handelsregister beim Stadtgericht Prag, Abteilung B, Einlage Nr. 1328 (weiter nur „Verlag“) und den Auftraggebern bei Verbreitung der Werbung und anderer Anzeigen (weiter gemeinsam nur „Werbung“):

- a) in der Tageszeitung Mladá fronta DNES (und allen ihren Beilagen),
 - b) in der Tageszeitung Lidove noviny (und in allen ihren Beilagen)
 - c) in der Tageszeitung Metro und Magazin MenWomenONLY
 - d) im Rahmen der Angebote TOP KOMBI und TOP KOMBI Magazin (MF DNES+ Lidove noviny+Metro),
 - e) im Wochentitel 5plus2
 - f) auf dem Internetserver iDNES.cz,
 - g) auf dem Internetserver lidovky.cz, bzw. zpravky.cz,
 - h) auf dem Internetserver jobdnes.cz,
 - i) auf dem Internetserver 5plus2,
 - j) in der Sendung des Fernsehsenders „ÓČKO“, „ÓČKO GOLD“, „ÓČKO EXPRES“ und
 - k) in sonstigen Druckprodukten und anderen Medien, die vom Verlag bzw. den Personen, die mit dem Verlag eine Holding bilden, herausgegeben bzw. betrieben werden.
- Die obigen Kommunikationsmedien unter a.) bis k.) werden auch gemeinsam „Medien“ genannt.

2. Bei Printmedien unter Buchstaben a.) – e.) und k.) ist unter der Werbung für die Zwecke dieser AGB ein Teil der gedruckten Seite eines der Medien zu verstehen, die die Mitteilung einer anderen Person als der Verleger des jeweiligen Mediums enthält, die kein Redaktionstext, Prospektbeilage sind, d. h. eine externe Beilage eines dieser Medien und die Aufkleberzettel auf die Titelseite, wenn solch eine Mitteilung gegen Entgelt oder anderen Gegenwert verbreitet wird. Bei elektronischen Medien unter Buchstaben f.) – k.) ist unter der Werbung für die Zwecke dieser AGB jede Mitteilung einer anderen Person als des Betreibers des jeweiligen Mediums zu verstehen, die nicht den Redaktionstext des jeweiligen Mediums darstellt und gegen Entgelt oder einen anderen Gegenwert inkl. des Sponsorings, Teleshoppings und Product-Placements verbreitet wird. Als Werbung gelten alle Mitteilungen dritter, in diesem Absatz genannten Personen, auch wenn sie nicht zur Verkaufsförderung für Produkte oder Dienstleistungen des Auftraggebers (oder einer anderen Person) bestimmt sind oder im Zusammenhang mit unternehmerischer Tätigkeit des Auftraggebers oder einer anderen Person erfolgen.

3. Unter dem Auftraggeber ist der Besteller zu verstehen, der die Verbreitung der Werbung bestellt.

4. Die Verbreitung der Werbung erfolgt aufgrund einzelner Werkverträge oder eines ähnlichen Vertrages (weiter gemeinsam nur „Werkvertrag“) oder aufgrund des Rahmenvertrages und Teilbestellungen. Diese Vertragsbeziehungen richten sich außer dieser AGB und der jeweils gültigen Preisliste nach Technischen Bedingungen für die einzelnen Medien, die unter der Internetadresse: www.metro.cz erhältlich sind. Die abweichenden Vereinbarungen im Vertrag haben den Vorrang vor den Bestimmungen dieser AGB.

5. Integraler Bestandteil dieser AGB ist die jeweils gültige Preisliste. Der Vorgang der Änderungen der Preisliste ist im Art. X geregelt.

II. VERTRAGSABSCHLUSS

1. Der Auftraggeber bestellt die Verbreitung der Werbung üblicherweise durch einen schriftlichen Antrag (per Brief, Fax, E-Mail). Der Auftrag kann jedoch auch mündlich erfolgen.

2. Der Auftrag muss alle zu einer ordentlichen Verbreitung der Werbung notwendigen Angaben enthalten, d. h. insbesondere die Handelsfirma des Auftraggebers bzw. seinen Vor- und Nachnamen oder den Namen, Firmensitz, die Identifikationsnummer, die Steueridentifikationsnummer und üblicherweise auch den Namen des für den Auftrag Verantwortlichen. Ebenso muss das Medium, in dem die Werbung verbreitet werden soll, der Verbreitungstermin, die Art (z. B. Flächenanzeige, Fließsatzanzeige, externe Beilage, Banner, Spot, Sponsoring) und ggf. weitere Daten zur Ausführung und Spezifikation des Auftrages (z. B. Belegungseinheit, Platzierung, Rubrik, Chiffre, Farbe) enthalten sein. Der Verlag behält sich das Recht vor, die Aufträge abzulehnen, die diesem Absatz nicht entsprechen.

3. Zum Vertragsabschluss kommt es durch die Bestätigung des Auftrages des Auftraggebers durch den Verlag. Der Verlag bestätigt den Auftrag mündlich oder schriftlich (per Brief, Fax oder E-Mail usw.). Wird der Auftrag durch den Verlag nicht mündlich oder schriftlich bestätigt, gilt die Verbreitung der Werbung als Vertragsabschluss.

4. Die Bestellungen der Prospektbeilagen sind für den Verlag erst nach Vorlage einer Musterbeilage und ihrer Genehmigung verbindlich.

5. Der Verlag behält sich das Recht vor, mit dem Kunden durch den Vertrag individuelle Geschäftsbedingungen zu vereinbaren. Der Kunde (und der Auftraggeber) sind verpflichtet darüber Schweigepflicht einzuhalten.

III. WERBUNG

1. Für die rechtzeitige Lieferung der Werbeunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Er-

füllen die gelieferten Unterlagen laut Satz 1 nicht die vom Verlag festgesetzten oder üblicherweise verlangten Anforderungen oder sind sie für die Veröffentlichung anders ungeeignet, informiert der Verlag den Auftraggeber darüber ohne unnötigen Verzug. Der Auftraggeber ist in solch einem Fall verpflichtet, dem Verlag unverzüglich geeignete Ersatzunterlagen im gewünschten Zustand bereitzustellen.

2. Der Verlag gewährleistet eine für das gewünschte Pressemedium übliche Druckqualität bzw. für gewünschte elektronische Medien übliche Sende- oder Abbildungsqualität im Rahmen der Möglichkeiten entsprechend den gelieferten Unterlagen.

3. Der Auftraggeber ist für den Anzeigeninhalt voll verantwortlich. Der Auftraggeber verpflichtet sich, dass die dem Verlag zur Verbreitung bereitgestellte Werbung nicht im Widerspruch zu den Rechtsvorschriften, guten Sitten und Grundsätzen des redlichen Handelsverkehrs steht und durch die Verbreitung der Werbung keine Rechte und berechnete Interessen Dritter unberechtigterweise betroffen werden (insbesondere, aber nicht nur: das Recht auf den Schutz der Persönlichkeit der natürlichen Personen, das Recht auf den Schutz des guten Rufes der juristischen Personen, Urheberrechte sowie Rechte im Zusammenhang mit Urheber- und Schutzmarkenrechten) und dass keine allgemein verbindlichen Rechtsvorschriften – vor allem das Gesetz Nr. 40/1995 Sgl. über die Regulierung der Werbung, in der gültigen Fassung, bzw. das Gesetz Nr. 231/2001 Slg. über die Betreibung der Rundfunk- und TV-Sendung, in der gültigen Fassung – verletzt werden und dass alle Finanzansprüche, die sich aus der Nutzung der Urheberrechte bzw. der Fotos der natürlichen Personen im Rahmen der Werbung und aus Rechten im Zusammenhang mit dem Urheberrecht ergeben, zum Tag der Übergabe der Werbeunterlagen vom Auftraggeber erfüllt sind. Dies gilt nicht für Ansprüche der Kollektivverwalter – also Urheberchutzverband zu Musikurheberwerken „OSA“ und der unabhängigen Gesellschaft exekutiver Künstler und Produzenten der Audioaufnahmen und audiovisueller Aufnahmen „INTEGRAM“ – und zwar ausschließlich falls es sich um das Entgelt für die Verbreitung der Werbung in der Sendung der Hörfunk- oder Fernsehsender. Falls dem Verlag bzw. dem Verleger bzw. Betreiber des jeweiligen Mediums infolge der Verbreitung der Werbung ein Schaden oder ein anderer Nachteil entsteht, verpflichtet sich der Auftraggeber, diesen Schaden (Nachteil) in voller Höhe zu ersetzen. Unter dem Schaden sind auch die Kosten für ein Gerichts- bzw. Schiedsverfahren inkl. entsprechender Kosten für die Rechtsvertretung zu verstehen.

4. Der Verlag erhält alle für die Verbreitung der Werbung notwendigen Unterlagen zur freien Verfügung und ist nicht verpflichtet, diese Unterlagen aufzubewahren bzw. dem Auftraggeber zurückzugeben. Der Verlag ist nicht verpflichtet die realisierte Werbung zu archivieren.

IV. RAHMENVERTRAG

1. Sollte der Auftraggeber beabsichtigen, im Laufe eines Jahres ein bestimmtes Volumen der Werbung in einem der Medien zu verbreiten, so hat er die Möglichkeit, mit dem Verlag einen Rahmenvertrag pro Kunden abzuschließen, der ihn zu den aus diesem Vertrag hervorgehenden Preisnachlässen (weiter nur Nachlass) berechtigt. Die Preisnachlässe gelten für Bestellungen des vereinbarten konkreten Auftraggebers im Rahmen der festgesetzten Medien oder Medientyps. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden dem Auftraggeber nur für die Werbung gewährt, die im jeweiligen Medium oder Medientyps innerhalb eines Jahres nach dem im Rahmenvertrag vereinbarten Datum verbreitet wird. Für die einzelnen Medien und für die Werbung in der landesweiten Ausgabe Mladá fronta DNES, in den Regionalausgaben von Mladá fronta DNES, im Magazin DNES + TV, in Lidove noviny, im Magazin Pátek von Lidove noviny, in der Tageszeitung Metro und in dem Wochentitel 5plus2 und für die Werbung in Form von externen Beilagen ist jeweils ein Sonder Rahmenvertrag abzuschließen. Der Verlag ist berechtigt manche Medientyps von dem Umfang der Rahmenverträge ganz auszuschließen.

2. Aufgrund des Rahmenvertrages ist der Auftraggeber berechtigt, in der vereinbarten Frist auch die Veröffentlichung einer größeren Menge der Werbung zu verlangen, als durch den Rahmenvertrag vorgesehen ist. Der Verlag verpflichtet sich, die Zustimmung zu solch einer Erhöhung des Werbeumfangs ohne gravierenden Grund nicht zu verweigern. Sollte dem Auftraggeber durch diese Erhöhung laut Bedingungen des Verlages ein Anspruch auf einen höheren Nachlass nach der gültigen Preisliste entstehen, erhält der Auftraggeber nach Ablauf der Gültigkeit des Rahmenvertrages eine Steuergutschrift über die Differenz zwischen dem im Rahmenvertrag vereinbarten Nachlass und dem Nachlass, der ihm nach der gültigen Preisliste zusteht. Wird eine Bestellung aus den Gründen, für die der Verlag keine Verantwortung trägt, nicht erfüllt, erlischt das Recht des Auftraggebers auf Nachlass, der der nicht erfüllten Bestellung entspricht.

3. Bestellt der Auftraggeber im jeweiligen Medium die Werbung nicht in dem im Rahmenvertrag vorgesehenen Umfang, erlischt sein Anspruch auf den vereinbarten Nachlass im vollen Umfang und er hat dem Verlag einen dem bereits gewährten Nachlass entsprechenden Betrag zu bezahlen. Der Anspruch des Verlages auf Ersatz des Schadens bzw. des entgangenen Gewinns bleibt dadurch unberührt.

4. Neben der Nachlässe laut diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen können mit den einzelnen Auftraggebern auch Sonder nachlässe schriftlich vereinbart werden. Der Auftraggeber ist verpflichtet über diese Sonder nachlässe die Verschwiegenheit zu bewahren.

5. Bei einem Werbespot oder einer Sponsornachricht, die zur Verbreitung in den Rundfunk- sendern oder im Fernsehsender (besonders der Familie ÓČKO) bestimmt sind, hat der Auftraggeber gemeinsam mit dem entsprechenden Träger die Musikzusammensetzung des Spots oder der Sponsornachricht bereitzustellen, die den Namen des Werbespots oder der Sponsornachricht, den Namen jedes genutzten Musikwerkes, wenn dieses genannt ist, den Namen des Musik- und Textautors, bzw. der Textübersetzung, Bezeichnung des Verlegers

und genaue Dauer des Werbespots und der genutzten Musik enthalten und wenn der Spot oder die Sponsornachricht auch eine kommerzielle Aufnahme enthält, dann auch die Angaben über die genutzte kommerzielle Aufnahme – Bezeichnung des Produzenten des Spots oder der Sponsornachricht und des Produzenten der genutzten kommerziellen Aufnahme.

6. Der Nachlass, der dem Kunden aufgrund des insgesamt erreichten Umsatzes zusteht, wird in einem entsprechenden Betrag in CZK gewährt und proportionall zu allen gegenständlichen Rechnungen berechnet.

V. AUSFÜHRUNG DER BESTELLUNG

1. Der Verlag behält sich das Recht vor, die Verbreitung der Werbung abzulehnen:

- a) falls die bestellte Werbung nicht dem abgeschlossenen Werkvertrag, Rahmenvertrag, einer anderen Vereinbarung oder diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder anderen Bedingungen, die die Parteien vereinbart haben, entspricht,
- b) falls einheitliche, sachlich rechtfertigbare Grundsätze des Verlages oder der Verleger und Betreiber der einzelnen Medien. ggf. Kodex der Werbung des Rates für Werbung verletzt werden,
- c) aus Gründen eines rechtlichen nicht einwandfreien Werbeeinhaltes, d. h. falls der Inhalt oder die Verbreitung der Werbung im Widerspruch zu den Rechtsvorschriften, Grundsätzen des redlichen Handelsverkehrs oder den Entscheidungen der Organe der öffentlichen Verwaltung steht,
- d) falls der Verlag begründete Zweifel daran hat, ob bei der Werbung der Grund für ihre Ablehnung laut Buchst. a) und c) gegeben ist,
- e) falls die Werbung mit ihrem Format oder Ausführung bei den Lesern bzw. Hörern bzw. Zuschauern den Eindruck erwecken könnte, dass es sich dabei um einen Bestandteil des Redaktionsinhaltes des jeweiligen Mediums, um eine Mitteilung des Verlages/des Verlegers oder des Betreibers des jeweiligen Mediums handelt,
- f) falls die Werbung eine Mitteilung, Werbung oder Geschäftsmitteilung Dritter enthält, mit Ausnahme des Falles, in dem der Auftraggeber eine Werbeagentur oder Medienagentur ist und die Werbung eine Mitteilung, Werbung bzw. Geschäftsmitteilung ihres Kunden enthält,
- g) falls die Werbung in die Rechte und berechnigte Interessen des Verlages eingreift oder den guten Namen des Verlages, seiner Mitarbeiter, Gesellschafter oder Personen, die mit dem Verlag eine Holding bilden, schädigt oder schädigen könnte,
- h) falls es sich dabei um Werbung eines Konkurrenten des Verlages/des Verlegers/ des Betreibers eines der Medien handelt,
- i) falls der Auftraggeber gemeinsam mit dem Träger des Werbespots oder der Sponsornachricht, die zur Verbreitung in den Rundfunksendern oder im Fernsehsender (besonders der Familie ŮČKO) bestimmt sind, die Musikzusammensetzung des Spots oder der Sponsornachricht bereitstellt, die den Namen des Werbespots oder der Sponsornachricht, den Namen jedes genutzten Musikwerkes (wenn dieses genannt ist), den Namen des Musikers/Textautors, bzw. der Textübersetzung, Bezeichnung des Verlegers und genaue Dauer des Werbespots und der genutzten Musik enthalten und wenn der Spot oder die Sponsornachricht auch eine kommerzielle Aufnahme enthält, dann auch die Angabe über die genutzte kommerzielle Aufnahme – Bezeichnung des Produzenten des Spots oder der Sponsornachricht und des Produzenten der genutzten kommerziellen Aufnahme.
- j) falls der Auftraggeber es ablehnt, ein Sonderentschädigungsversprechen zu unterzeichnen, dessen Unterschrift in begründeten Fällen vom Verlag verlangt wird.
- k) falls der Auftraggeber in der Werbung die Gewährung von weiteren Informationen für die Versendung PR SMS und/oder für Anruf der Nummer mit Sondertarif binden wird, es sei denn es handelt sich um geläufige Werbespots und Aktionen und/oder
- l) anonyme Wahlwerbung während der Wahlkampagne laut dem Wahlgesetz.

In solch einem Fall teilt der Verlag seine Entscheidung über die Ablehnung der Werbung dem Auftraggeber ohne unnötigen Verzug mit. Der Auftraggeber ist dann verpflichtet, dem Verlag ohne unnötigen Verzug einwandfreie Ersatzunterlagen bereitzustellen. Bei wiederholter Ablehnung der Werbung eines Auftraggebers aus Gründen laut diesem Absatz hat der Verlag das Recht, vom abgeschlossenen Werkvertrag zurückzutreten.

2. Ist der Verbreitungstermin der Werbung nicht ausdrücklich vereinbart, hängt ihre Veröffentlichung von den Möglichkeiten des Verlages/Verlegers/Betreibers des jeweiligen Mediums ab.

3. Ist für die Verbreitung der Werbung keine bestimmte Platzierung oder keine bestimmte Belegungseinheit ausdrücklich vereinbart, hängt die Verbreitung der Werbung von den Möglichkeiten des Verlages ab.

4. Der Auftrag für Werbung, die ausschließlich zu einem bestimmten Termin, auf einem bestimmten Platz oder in einer bestimmten Belegungseinheit veröffentlicht werden soll, muss dem Verlag rechtzeitig mitgeteilt werden, so dass er dem Auftraggeber den Auftrag bestätigen kann. Um die ideale Platzierung der Werbung in den Printmedien gewährleisten zu können, behält sich der Verlag ein Schieberecht für den Termin der Werbung in diesen Medien in mindestens einer Ausgabe vor oder nach der gewünschten Ausgabe vor. Diese Bestimmung gilt entsprechend auch für elektronische Medien.

5. Die Anzeigen werden nach Möglichkeit in der entsprechenden Rubrik veröffentlicht, ohne dass es einer ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. Der Verlag behält sich das Recht auf die Kennzeichnung der Werbung vor und zwar auf geeignete Weise nach der Wahl des Verlages.

7. Falls der Auftraggeber eine Werbung in einer Größe bestellt, die den Abmessungen der Seite und/oder dem Format der Werbefläche oder den technischen Möglichkeiten des jeweiligen Mediums nicht entspricht, passt der Verlag die Werbung in der üblichen Weise an, ohne verpflichtet zu sein, den Auftraggeber darüber zu informieren.

8. Falls der Auftraggeber eine graphisch unbearbeitete Werbung in den Print- oder Internetmedien bestellt, bearbeitet sie der Verlag in der üblichen Weise. Der Verlag behält sich jedoch das Recht vor, die Durchführung dieser Bearbeitung abzulehnen.

9. Bei der unter einem Chiffre-Zeichen veröffentlichten Werbung in den Printmedien hat der Verlag die eingegangenen Chiffre-Zuschriften sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Werbung zu sammeln, zu übergeben oder zuzusenden. Die Chiffre-Zuschriften, die nach dieser Frist eintreffen, können durch den Verlag vernichtet werden.

10. Chiffre-Zuschriften, die mit ihren Abmessungen das Format C4 (228 x 325 mm) übersteigen, sowie auch Bücher, Kataloge, Pakete oder Waren werden vom Verlag nicht angenommen.

11. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Eignung der Werbeplatzierung im Hinblick auf den Redaktionstext oder anderen Redaktionsinhalt oder im Hinblick auf die sonstigen Werbungen zu prüfen.

VI. WERKPREIS (WERBUNGSPREIS), SEINE FÄLLIGKEIT UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN, FAKTURIERUNG

1. Die Höhe des Werkpreises ist im abgeschlossenen (Rahmen-)Vertrag bestimmt. Ist der Preis in diesem Vertrag nicht ausdrücklich vereinbart, ist er durch diese AGB und die gültige Preisliste des Verlages festgesetzt.

2. Die Fälligkeit des Werkpreises ist im abgeschlossenen (Rahmen-) Vertrag festgesetzt. Wenn sie in diesem Vertrag nicht vereinbart ist, ist der Preis innerhalb von 14 Tagen nach dem Tag der Ausstellung der Rechnung (des Steuerbeleges) des Verlages fällig, spätestens jedoch innerhalb von 30 Tagen nach dem Tag der Verbreitung der Werbung. Der Verlag schickt die Rechnung (den Steuerbeleg) dem Auftraggeber auf seine letzte dem Verlag bekannte Adresse, bzw. an seine Adresse, die im Handelsregister oder in einer anderen ähnlichen Erfassung eingetragen ist.

3. Der Auftraggeber bezahlt gemeinsam mit der Werbung auch die Mehrwertsteuer in der aktuellen Höhe.

4. Gemeinsam mit der Rechnung schickt der Verlag dem Auftraggeber auf sein Verlangen (das gleichzeitig mit dem Werbungsauftrag erfolgen muss, sonst ist der Verlag nicht dazu verpflichtet) auch einen Nachweis über die Verbreitung der Werbung; dies gilt nur für die Printmedien. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Ausschnitte, Seiten oder vollständige Exemplare oder ihre Kopien zur Verfügung gestellt, ggf. auch nur in der elektronischen Form (insbesondere im Format PDF und JPG). Sollte es unmöglich sein, solche Dokumente zu beschaffen, erhält der Auftraggeber vom Verlag eine Bestätigung über die Verbreitung der Werbung. Bei den Fließsatzanzeigen wird kein Veröffentlichungsnachweis gewährt.

5. Beim Zahlungsverzug hat der Auftraggeber Verzugszinsen in der gesetzlichen Höhe. Der Auftraggeber ist weiterhin verpflichtet, die mit der Einziehung des Rechnungsbetrages oder der Rechnungsteilbeträge verbundenen Kosten zu zahlen. Der Verlag hat im Falle des Zahlungsverzuges das Recht, die Realisierung weiterer Aufträge, auch aus einem Rahmenvertrag, zu verweigern oder von einer angemessenen und rechtzeitigen Vorauszahlung abhängig zu machen.

6. Wenn der Auftraggeber nicht eine genaue Größe, Form, Länge oder anderen Umfang der zur Verbreitung bestimmten Werbung im jeweiligen Medium angibt und die Entscheidung dem Verlag überlässt, ist die Grundlage für die Berechnung der tatsächlich veröffentlichten Umfang der Werbung.

7. Die in der gerade gültigen Preisliste angeführten Rabatte werden nur für die während eines Jahres veröffentlichte Werbung eines Werbetreibenden gewährt. Diese Frist beginnt am Tag der Veröffentlichung der ersten Werbung.

8. Der Auftraggeber hat das Recht, einen Anspruch auf Rabatt nach der jeweils gültigen Preisliste entsprechend der tatsächlichen Zahl bzw. dem tatsächlichen Volumen der verbreiteten Werbung während der einjährigen Frist rückwirkend geltend zu machen, wenn nicht anders vereinbart oder in der Preisliste der einzelnen Medien festgesetzt wird.

9. Der Verlag kann einen Rabatt in Höhe von 15 % vom Grundpreis der Werbung (ohne MwSt.) den Werbeagenturen gewähren (Personen, die die Werbung im eigenen Namen bestellen, aber dabei für ihren Kunden handeln, wobei diese Tätigkeit den Gegenstand ihrer unternehmerischen Tätigkeit darstellt). Voraussetzung dafür ist, dass die Werbeagentur direkt den Auftrag vorlegt und gleichzeitig für die Lieferung der Unterlagen verantwortlich und der Auftraggeber der Werbung ist. Die Werbeagentur muss auf Verlangen des Verlages einen Gewerbeschein oder einen Auszug aus dem Handelsregister vorlegen, die ihren Gegenstand der unternehmerischen Tätigkeit und ihre Tätigkeit als Werbeagentur eindeutig nachweisen. Der Verlag ist berechtigt, Nachlass den Auftraggebern zu verweigern, bei denen Zweifel an der Ausübung oder am Umfang ihrer Agenturtätigkeit entstehen. Für Internetwerbung wird dieser Rabatt nicht gewährt.

10. Bleibt der Auftraggeber trotz Mahnung seitens des Verlages im Verzug bei der Bezahlung seiner fälligen Verbindlichkeiten gegenüber dem Verlag, ist der Verlag berechtigt zu entscheiden, dass dem Auftraggeber kein Recht auf jeglichen Rabatt zusteht, bzw. dass dieses erlischt und dies auch rückwirkend. Das Recht auf Rabatt erlischt zum Zeitpunkt der Erstellung der entsprechenden vom Verlag erstellten Lastschrift.

11. Wird die Ausgabe der Tageszeitung MF DNES mit dem Magazin DNES + TV oder der Tageszeitung Lidove noviny mit dem Magazin Pátek z. B. aus Gründen des Staatsfeiertages auf einen anderen Tag verschoben, gilt für diesen Tag in der Tageszeitung der Werbungstarif für Donnerstag (MF DNES) bzw. Freitag (LN).

12. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Sonderveröffentlichungen andere als die in der gerade gültigen Preisliste angeführten Preise festzusetzen.

13. Kombinierte Aufträge (z. B. TOP KOMBI STELLENMARKT) werden als eine Bestellung in Auftrag gegeben, die jeweils nach der Veröffentlichung in MF DNES in Rechnung gestellt wird.

14. Der Verlag kann mit dem Auftraggeber eine selbständige Vereinbarung über den elektronischen Geschäftsverkehr schließen. Diese Vereinbarung spezifiziert die technische Lösung und definiert, dass die Kommunikation im Rahmen der gegenseitigen Zusammenarbeit (d. h. Erstellen und Übersenden von Steuerbelegen (der Rechnungen) durch MAFRA, Korrespondenz beider Vertragsparteien hinsichtlich der erstellten Steuerbelege, Nachweisen der veröffentlichten Anzeigen in den Printmedien von MAFRA.) üblicherweise elektronisch erfolgt.

15. Bei ausländischen Kunden werden die Rechnungen in CZK erstellt und anschließend in die Fremdwährung umgerechnet. Zur Umrechnung wird ein fester Kurs der Tschechischen Nationalbank ČNB am ersten Tag des Monats verwendet, für den der Kurs bestimmt wird.

16. Der Verlag ist berechtigt, volle oder teilweise Bezahlung im Voraus zu verlangen (vor allem bei neuen oder ausländischen Kunden).

17. Unter der Webadresse <http://www.mafra.cz/priloha-cenik-dph/> ist der Endpreis der Anzeigen einschl. der MwSt. Bei einigen gewählten Formate für MF DNES und Lidove noviny und ggf. für weitere Medien zu finden.

VII. REKLAMATION

1. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Werbung in den Printmedien oder bei ganz oder teilweise unrichtiger Abbildung oder Sendung der Werbung Anspruch auf einen Preisnachlass oder auf eine einwandfreie Ersatzwerbung, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Werbung beeinträchtigt wurde. Der Auftraggeber ist verpflichtet, dieses Recht beim Verlag innerhalb von zwei Wochen nach dem Datum der Verbreitung der Werbung schriftlich geltend zu machen, sonst erlischt das Recht. Das Recht der Wahl zwischen dem im ersten Satz angeführten Vorgehen steht dem Verlag zu. Veröffentlicht der Verlag die Ersatzwerbung nicht ohne unnötigen Verzug oder wiederholt nicht einwandfrei, hat der Auftraggeber das Recht auf Preisnachlass.

2. Bei wiederholter Verbreitung der Werbung hat der Auftraggeber ihre Richtigkeit und Vollständigkeit unmittelbar nach jeder Veröffentlichung zu überprüfen. Der Verlag erkennt Anspruch auf Veröffentlichung einer Ersatzwerbung nicht an, falls bei der Wiederholung derselbe Mangel auftritt, ohne dass dieser Mangel dem Verlag unmittelbar (spätestens innerhalb von 3 Tagen) nach der vorherigen Veröffentlichung mitgeteilt worden wäre.

3. Falls infolge mangelhafter Unterlagen bei der Bearbeitung, beim Druck oder Einstecken oder bei anderer Verbreitung der Werbung Mängel auftreten, die bei der Annahme des Auftrages nicht deutlich erkennbar waren, hat der Auftraggeber keinen Anspruch auf Preisermäßigung oder die Veröffentlichung einer Ersatzwerbung.

4. Der Verlag ist auf keinen Fall für Schäden verantwortlich, die vom Verlag nicht verschuldet wurden, sowie für Schäden, die durch Umstände, die eine Verantwortung ausschließen, oder durch höhere Gewalt entstanden (als höhere Gewalt gilt z. B. Streik, Aussperrung, Krieg und Beschränkungen aufgrund des Kriegszustandes, Terrorangriffe, Aufstand, Wirkung der Naturkräfte usw.). Sonstige hier vereinbarte Einschränkungen der Verantwortung bleiben dadurch unberührt.

5. Der Text der Werbung wird dem Auftraggeber zur Korrektur nur auf ausdrücklichen schriftlichen Wunsch des Auftraggebers bereitgestellt und nur, falls es aus zeitlichen Gründen möglich ist. Der Auftraggeber ist für die Richtigkeit und Vollständigkeit der von ihm durchgeführten Korrekturen verantwortlich und hat dem Verlag die Korrekturabzüge schriftlich zu schicken, sonst ist der Verlag nicht verpflichtet, sie zu berücksichtigen. Der Verlag legt dem Auftraggeber eine angemessene Frist (aus Sicht der Möglichkeiten des Verlages) für die Durchführung der Korrektur fest, sollte diese Frist nicht festgelegt werden, beträgt sie 12 Stunden. Stellt der Auftraggeber die Korrekturen bis zu Ende der festgesetzten Frist nicht bereit, ist der Verlag berechtigt, die Version der Werbung zu verbreiten, die zur Korrektur geschickt wurde. Der Auftraggeber ist verpflichtet in der Korrektur alle von ihm verlangten Änderungen anzuführen. Der Verlag wird alle von dem Auftraggeber verlangten Änderungen einarbeiten und wird sie dem Auftraggeber zur neuen Korrektur schicken, sollte es aus zeitlichen Gründen möglich sein. Sollte der Auftraggeber weitere Änderungen nach der ersten Korrektur verlangen, können sie gegen die Bezahlung von 100,- CZK ohne MwSt. für jede weitere Korrektur berechnet werden. Der Verlag ist berechtigt, um diese Summe die entsprechende Rechnung für die Veröffentlichung der Werbung aufzustooken. Sollte der Auftraggeber innerhalb der Korrekturen andere Änderungen als Fehlerkorrektur verlangen, kann der Verlag diese Änderung auf entsprechende Weise vergebühren.

6. Die Reklamation wird schriftlich auf der Adresse des Sitzes des Verlages oder bei dem entsprechenden Anzeigenberater des Verlages zur Geltung gebracht.

7. Gesetzliche Verbraucherrechte, von denen man aufgrund der Vereinbarung nicht abweichen kann, bleiben dadurch unberührt.

VIII. DATENSCHUTZ, GESCHÄFTSMITTEILUNG

1. Informationen, die der Auftraggeber dem Verlag im Zusammenhang mit dem Werkvertrag zur Verfügung stellt, werden vom Verlag nur zu Vertragszwecken verwendet. Dasselbe betrifft auch die Informationen, die der Verlag dem Auftraggeber zur Verfügung stellt.

2. Der Auftraggeber gibt hiermit dem Verlag ausdrückliche Zustimmung dazu, dass seine Personaldaten, die er dem Verlag aufgrund oder im Zusammenhang mit dem abgeschlossenen Werkvertrag bereitgestellt hat (Umfang: Vor- und Nachname, bzw. Name, Adresse des Wo-

hortes, des Sitzes und der Betriebsstätte, Telefonnummer, E-Mail) vom Verlag in seiner Marketingdatenbank und den Datenbanken aller Bearbeiter dieser Datenbank zwecks Angebot der Produkte, Geschäfte und Dienstleistungen des Verlages sowie aller Gesellschaften, die mit dem Verlag eine Holding bilden oder die der Verlag vertritt, genutzt werden. Die Zustimmung wird für 15 Jahre von dem Tag der Erteilung der Zustimmung erteilt.

3. Der Verlag informiert jeden Auftraggeber - natürliche Person, die laut Abs. 2 ihre Personaldaten zur Bearbeitung bereitgestellt hat, über seine Rechte aufgrund des Gesetzes Nr. 101/2000 Slg. über den Personaldatenschutz in der gültigen Fassung (weiter nur Gesetz), d. h. insbesondere darüber, daß die Bereitstellung dieser Angaben freiwillig ist, der Auftraggeber das Zugriffsrecht auf diese hat sowie das Recht auf die Beseitigung des mangelhaften Zustands, auf ihre Blockierung, auf die Durchführung der Korrektur, Ergänzung oder Liquidierung und hat auch das Recht sich bei der Verletzung des Gesetzes an das Amt für den Personaldatenschutz der mit Bitte um Abhilfe zu wenden sowie über weitere Rechte, die sich aus §§ 11 und 21 dieses Gesetzes ergeben.

4. Durch den Abschluss des Werkvertrages ist jeder Auftraggeber im Sinne des § 7 des Gesetzes Nr. 480/2004 Slg. damit einverstanden, dass ihm vom Verlag nicht verlangte Geschäftsmitteilungen an seine Adresse (inkl. E-Mail-Adresse) geschickt werden und dass er mittels einer nicht verlangten Direct-Mail mit einer Geschäftsmitteilung sowie mittels nicht verlangten Telemarketings (inkl. nicht verlangter SMS und MMS) kontaktiert wird, das Geschäftsmitteilungen hinsichtlich der Produkte, Geschäfte und Dienstleistungen des Verlages über sonstige Personen laut Abs. 2 dieses Artikels enthält. Diese Zustimmung kann vom Auftraggeber jederzeit unentgeltlich an der Adresse des Sitzes des Verlages oder in den Service-Zentren des Verlages widerrufen werden. Der Auftraggeber nimmt zur Kenntnis, dass der Widerruf der laut diesen Geschäftsbedingungen erteilten Zustimmung nicht den Widerruf sonstiger Zustimmungen betrifft oder nicht bedeutet, die seinerseits dem Verlag erteilt wurden (z. B. zwecks Kontaktierung mit Geschäftsmitteilungen hinsichtlich der Lieferungen der Titel Mladá fronta DNES bzw. Lidove noviny).

5. Falls der Auftraggeber - natürliche Person - dem Verlag aufgrund des abgeschlossenen Werkvertrages oder im Zusammenhang mit ihm eine Angabe über seine Geburtskennzahl bereitstellt, ist er als Träger dieser Geburtskennzahl im Sinne des § 13c Abs. 1 des Gesetzes Nr. 133/2000 Slg. damit einverstanden, dass der Verlag diese Geburtskennzahl zwecks Erfassung von Verträgen und erbrachten Leistungen nutzt und sie zu diesem Zweck archiviert, bearbeitet und verwendet.

6. Jeder Widerruf der Zustimmung laut diesem Artikel hat keinen Einfluss auf die Berechtigung des Verlages auf die Bearbeitung von Informationen und Angaben, die sich aus den entsprechenden Rechtsvorschriften ergibt, es sei denn, sie würden ausdrücklich anderes festlegen.

7. Der Auftraggeber nimmt zur Kenntnis, dass der Verlag berechtigt ist, eine dritte Person (z. B. die Gesellschaften Creditreform s. r. o., EOS KSI Česká republika, s.r.o., B4B INKASSO s.r.o.) zur Einziehung seiner Forderungen an den Auftraggeber zu nutzen.

X. SONSTIGE BESTIMMUNGEN

1. Falls begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers entstehen und falls auf Verlangen des Verlages keine angemessene und rechtzeitige Zahlung im Voraus gesichert ist, behält sich der Verlag das Recht vor, in jedem Fall und jederzeit vom Vertrag zurückzutreten oder die Bereitstellung der Leistungen zu unterbrechen.

2. Durch das Stornieren der Bestellung, die auf jeden Fall schriftlich zu erfolgen hat, bleiben die Ansprüche des Verlages auf die Bezahlung des Preises für die Werbung unberührt (d.h. dem Verlag steht in solchem Falle das Abfindungsgeld in einer Höhe von 100 % des Preises zu). Das gleiche gilt auch für den Fall, wenn der Verlag ablehnt eine bereits bestätigte Bestellung zu veröffentlichen aus dem Grund der nicht bezahlten Verpflichtungen seitens Auftraggeber.

3. Bei Nicht-Lieferung bzw. zu später Lieferung der Unterlagen für die bestellten Anzeigen behält sich der Verlag das Recht auf eine Stornogebühr von 100 % vor.

4. Die Vertragsparteien haben vereinbart, dass sich die zwischen ihnen abgeschlossenen Werkverträge über die Veröffentlichung der Werbung sowie die sich aus diesen Verträgen ergebenden Beziehungen nach dem tschechischen Recht und zwar dem Gesetz Nr. 89/2012 Slg., nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch in der gültigen Fassung, und zwar nach den Bestimmungen über den Werkvertrag laut § 2586 und anschließend des BGB richten.

5. Die Beendigung dieses Vertrages zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber durch eine Rechtshandlung muss schriftlich erfolgen.

6. Falls beim Auftraggeber irgendwelche Gründe gegeben sind, die eine gesetzliche Haftung oder andere Verantwortung des Verlages für die Steuerpflicht des Auftraggebers gründen könnten, ist der Auftraggeber verpflichtet über solche Tatsachen unverzüglich schriftlich den Auftraggeber zu informieren.

7. Der Vertragsrücktritt zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber hat stets Wirkungen ex nunc.

8. Der Verlag behält sich das Recht vor, mit dem Kunden im Rahmen des Rahmenvertrags individuelle Geschäftsbedingungen zu vereinbaren.

9. Die kombinierten Einsteckbeilagen für die Titel des Verlages werden durch eine selbstständige Bestellung in Auftrag erteilt und für jeden Titel auch getrennt in Rechnung gestellt.

10. Der Verlag macht seine Geschäftspartner im Sinne § 431 laut Gesetz 89/2012 Slg. auf-

merksam, dass die einzelnen Mitarbeiter des Verlages berechtigt sind nur im Umfang der Beauftragung und nur in den für ihre Position üblichen Sachen zu handeln. Ohne damit die Bestimmung des vorherigen Satzes zu berühren, die folgenden Verträge abzuschließen oder rechtliche Tätigkeit in Vertretung des Verlages ausüben, kann immer nur sein Statutorgan (laut der Handelsweise nach außen eingetragen im Handelsregister) oder nur von diesen Statutarvertretern dazu ausdrücklich beauftragte Personen, aufgrund der speziellen schriftlichen Vollmacht, die ausdrücklich eine Bevollmächtigung zum solchen rechtlichen Handeln beinhaltet:

- a) Vertrag über den künftigen Vertrag
- b) Umgehen mit Schutzmarken und mit anderen Gegenständen des Industrieigentums
- c) Abschlüsse der Lizenz- und Unterlizenzverträge, ausgenommen der üblichen Verträge mit Autoren für die Beiträge in Medien
- d) Erwerbung, Belastung oder Entwendung der Immobilien
- e) Jegliche Sicherstellung oder Bestärkung der Schulden, wie vom Verlag, als auch von dritten Personen (inklusive der Vereinbarungen über Vertragsgeldstrafen und Anerkennung der Schulden, Haftung, Finanzgarantie und ähnliches)
- f) Abschluss des Pfandsvertrags
- g) Öffentliches Angebot
- h) Vereinbarung über die Arrha
- i) Jegliche Disposition mit Handelsbetrieb oder einem Teil des Betriebes, der eine selbstständige Organisationseinheit bildet
- j) Abtretung der Forderung
- k) Übernahme der Schuld
- l) Schulbeitritt
- m) Eigentumsübernahme
- n) Abtretung des Vertrages
- o) Jegliche Verhandlung über Wertpapiere (inklusive der Wechsel) oder Anteile an anderen Personen
- p) Vergleichsvereinbarung
- q) Verzicht auf Recht und Vergebung der Schuld (inklusive der Verhandlungen in der Form der Rückgabe des Schuldscheines u.ä.)

11.

Es wird eine Verlängerung der subjektiven Verjährungsfrist für die zwischen den Vertragsseiten entstandenen Forderungen von 3 auf 4 Jahre vereinbart. Dies gilt nicht für die Forderungen für den Schadenersatz.

12.

Jegliche Angebote der Werbung seitens Verlages in der Form der Werbung und Informationen in seinen Preislisten oder Katalogen werden nicht als Angebot des Vertragsabschlusses betrachtet.

13.

Gesamte Angebote für die Veröffentlichung der Werbung seitens Verlages können auch binnen der Frist für ihre Annahme abberufen werden.

14.

Die Bestimmungen von § 1799 und § 1800 Gesetz Nr. 89/2012 Slg. werden zwischen den Parteien nicht gebraucht.

15.

Die Bestimmungen von § 1805 Abs. 2, § 1950, § 1952 Abs. 2 und § 1995 Abs. 2 laut Gesetz Nr. 89/2012 Slg. werden zwischen den Parteien nicht gebraucht.

16.

Die Vertragsseiten vereinbaren ausdrücklich, dass der Verlag berechtigt ist, die Leistung dem abgeschlossenen Vertrag nach auch in dem Fall abzulehnen, wenn der Auftraggeber im Verzug mit der Erfüllung seiner anderen Verpflichtung (die wegen anderen Rechtsgrunds entstanden ist) gegenüber dem Verlag sein wird.

17.

Sollte die Leistung in Ratenzahlungen vereinbart sein und der Schuldner eine von den Ratenzahlungen nicht bezahlt hat, haben die Vertragsseiten vereinbart, dass der Gläubiger das Recht auf den Ausgleich der ganzen Forderung hat und dieses Recht kann er auch nach der Fälligkeit der nächsten Ratenzahlung geltend machen.

18.

Der Auftraggeber nimmt zur Kenntnis, dass das Vertragsverhältnis mit dem Verlag ihn nicht berechtigt, seine Produkte oder die Produktteile mit Namen, Schutzmarke, Namen des Verlagsproduktes oder auf andere ähnliche Weise zu bezeichnen.

19.

Der Verlag ist berechtigt jegliche seine fällige Forderung gegenüber dem Auftraggeber gegen die Forderungen des Auftraggebers im Verlag zu berechnen und zwar ohne Rücksicht darauf, ob diese Forderungen fällig sind oder nicht und ohne Rücksicht auf Währung oder Rechtsbeziehung, wovon sie entstanden sind.

20.

Falls es sich um einen befristeten Vertrag oder um eine einmalige Leistung handelt, kann man es nicht anders als mit einer Vereinbarung oder wegen gesetzlicher Gründe beenden. Falls es sich um einen unbefristeten Vertrag handelt, kann ihn jede Seite kündigen, mit Kündigungsfrist von 1 Monat, sie beginnt ab dem ersten Tag des darauffolgenden Monats nach dem Zugang der Kündigung zu laufen.

X. ÄNDERUNG DER ALLGEMEINEN GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Der Verlag kann diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen inklusive der Preislisten im angemessenen Umfang ändern, vor allem in folgenden Fällen:

- a) Änderungen in einzelnen Medien, die die Werbungsformate beeinflussen würden
- b) Einführung der neuen Werbungsformate oder Medien
- c) Änderungen von Umfängen, Periodizität oder Verbreitungszeit der einzelnen Medien, ihre Aufhebung oder Ersetzung mit anderen Medien
- d) Änderungen oder Aufhebung der Rechtsvorschriften, Veröffentlichung der neuen Rechtsvorschriften oder Interpretationsänderungen der entsprechenden Rechtsvorschriften
- e) Änderungen der Auflagenhöhe oder Reichweite einzelner Printmedien oder Reichweite von anderen Medien
- f) Änderungen von einzelnen Formaten der Werbung
- g) Änderungen der Preise auf dem Markt
- h) Interpretationsänderungen der entsprechenden Rechtsvorschriften
- i) Unvorhersehbare Marktänderungen

Die Änderung wird dem Auftraggeber je nach der Entscheidung des Verlages bekannt gegeben. Die entsprechende Information und vollständige Version der Änderung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen wird entweder in entsprechendem Format (z.B. pdf oder html) auf die Kontakt-E-Mail Adresse oder in schriftlicher Form geschickt. Diese Änderung tritt zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber nach dem Verlauf der vom Verlag festgelegten Frist in Kraft, die in der Regel zwei Monate ist; mindestens dauert diese Frist 45 Tage ab dem Tag der Verlaubarung der Änderung. Falls der Auftraggeber mit der Änderung nicht einverstanden ist, ist er berechtigt, den entsprechenden Vertrag zu kündigen laut dem vorherigen Satz mit Kündigungsfrist von 30 Tagen. Sollte der Auftraggeber sein Kündigungsrecht geltend machen, wird diese vorzeitige Kündigung nicht als Verletzung des Vertrages seitens des Auftraggebers betrachtet und dem Auftraggeber wird das Recht auf die vereinbarten Nachlässe weder eingegangen noch beschränkt (es sei denn, dass dieses Recht auf der Seite des Auftraggebers eingeht oder beschränkt sein wird (oder sein könnte) wegen anderer Gründe). Falls der Auftraggeber sich sein Recht auf die Vertragskündigung nicht zu Nutze macht, gilt es, dass er mit der Änderung einverstanden ist.

Der Verlag behält sich jedoch das Recht vor, so eine Änderung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Preisliste anzunehmen, womit das Recht des Auftraggebers auf die Vertragskündigung nicht verbunden ist, unter der Voraussetzung, dass mit solcher Änderung der Auftraggeber nur in dem Fall gebunden ist, wenn er damit einverstanden ist.

Der Verlag behält sich das Recht vor, bei der Einführung der neuen Produkte dafür abweichende Allgemeine Geschäftsbedingungen, technische Bedingungen oder Preisliste festzulegen.

Gleiche Regel gilt für die Änderungen der entsprechenden technischen Bedingungen (siehe Artikel I, Absatz 4).

XI. SONDERBESTIMMUNGEN FÜR DISTANZVERTRÄGE ODER VERTRÄGE, DIE AUßERHALB DER GESCHÄFTSRÄUMLICHKEITEN ABGESCHLOSSEN WERDEN

1.

In Rücksicht auf die gesetzlichen Bestimmungen teilt der Verleger denjenigen Verbrauchern mit, die mit ihm einen Distanzvertrag oder einen Vertrag außerhalb seiner Geschäftsräumlichkeiten abschließen, folgende Angaben mit:

- a) beim Vertragsabschluss über Veröffentlichung der Werbung wird der Preis der Werbung laut der gültigen Preisliste des Verlages festgelegt, platziert unter www.mafra.cz, und das mit eventuellem Nachlass laut dem abgeschlossenen Vertrag
- b) im Hinblick auf den Charakter des Vertrages entstehen dem Verbraucher keine Kosten für die Dienstleistungserbringung
- c) der Verlag behält sich das Recht vor, eine Vorauszahlung zu verlangen
- d) zu dem vereinbarten Preis wird der Verlag nur gesetzliches Mehrwertsteuer berechnen, sonstige Steuer, Gebühren und Kosten werden nicht berechnet, es sei denn, dass sie nach dem Vertragsabschluss eingeführt würden und laut den gesetzlichen Vorschriften die Erbringung der jeweiligen Leistung belasten würden
- e) schriftlich abgeschlossener Vertrag wird im Verlag archiviert und der Verbraucher ist berechtigt darin jederzeit Einsicht zu nehmen, aufgrund des schriftlichen Antrags und nach dem Identitätsnachweis
- f) für den Vertragsabschluss werden keine technische Schritte benötigt, außer des Kontakts mit dem entsprechenden Mitarbeiter der Anzeigenabteilung im Verlag
- g) Ermittlung und Korrektur der Fehler, die während der Datenerfassung vor dem Einreichen der Bestellung entstanden, ist unbeschränkt möglich bis zum Vertragsabschluss
- h) Für den Verlag sind keine Verhaltenskodexe verbindlich, die Veröffentlichung der Werbung betrifft, weil keine solche Kodexe veröffentlicht wurden
- i) Der Vertrag kann nur in der tschechischen oder slowakischen Sprache abgeschlossen werden

2.

Der Verbraucher hat Recht vom Vertrag innerhalb von 14 Tagen nach Vertragsabschluss zurückzutreten und zwar mit rechtem Handeln gegenüber dem Verlag. Der Verlag empfiehlt, falls der Verbraucher an dem Rücktritt vom Vertrag interessiert ist, dieses rechtliche Handeln schriftlich bei seinem Anzeigenberater oder durch Zustellung des schriftlichen Rücktritts an den Verlag auf die Adresse des Verlags zu tun. Rücktrittsfrist wird als eingehalten betrachtet, falls der Verbraucher während des Fristlaufes an den Verlag eine Mitteilung schickt, dass er vom Vertrag abtreten will.

3.

Falls der Verbraucher in dem abgeschlossenen Vertrag eine Veröffentlichung der Werbung in kürzer Frist verlangte als die übliche Frist für den Rücktritt laut dem Absatz 2 dieses Absatzes ist, und es kam zur Veröffentlichung, hat er kein Recht auf den Rücktritt laut dem Absatz 2 dieses Artikels. Sollte der Verbraucher laut dem Absatz 2 vom Vertrag zurücktreten, dessen Leistung aufgrund des ausdrücklichen Antrags des Verbrauchers vor dem Fristablauf für den Rücktritt vom Vertrag begonnen wurde, bezahlt der Verlag einen verhältnismäßigen Teil des vereinbarten Preises für die realisierte Leistung bis zu dem Moment des Rücktritts vom Vertrag.

4.

In der Anlage des mit dem Verbraucher abgeschlossenen Vertrags ist ein Formular für den Rücktritt vom Vertrag in den Fällen, wann es die besondere rechtliche Vorschrift verlangt.

5.

Der Verlag informiert die Verbraucher darüber, dass er die Zahlungen in folgenden Formen bar (Vorauszahlung), Banküberweisung auf das Verlagskonto bei den ausgewählten Produkten, wo es ausdrücklich erwähnt ist, auch über das System PaySec oder über Zahlkarten Visa, Mastercard, Maestro und JCB akzeptiert. Der Verlag behält sich jedoch das Recht vor, bei individuellem Vertrag oder Bestellung das angeforderte Zahlungssystem auswählen zu können.

6.

Außergerichtliche Lösung im Streit ist nicht möglich. Unberührt bleibt das Recht von beiden Vertragsseiten auf zweiseitiges Verfahren bezüglich Streitlösung. Die Mediation wird durch Gesetz Nr. 202/2012 Slg, über Mediation und über Änderung mancher Gesetze geregelt.

XI. GÜLTIGKEIT

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen treten am 1. 1. 2014 in Kraft