

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Online-Medien

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB“) regeln das Verhältnis zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Werbeaufträgen für vom Verlag vermarktete Online-Medien, soweit schriftlich nicht etwas anderes vereinbart wurde. Soweit diese nicht unter den Anwendungsbereich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen Zeitungen bzw. Zeitschriften fallen, gelten die AGBs auch für Werbeaufträge für vom Verlag vermarktete Mobile- und Tablet-PC-Applikationen („Apps“) und E-Paper. Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit unter [www.media-impact.de/agb](http://www.media-impact.de/agb) aufrufen, ausdrucken sowie herunterladen bzw. speichern.

## 1. Definitionen

**1.1** „Angebot“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot des Verlags über die Schaltung und Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in Medien-, Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem World Wide Web (nachfolgend gemeinsam „Online-Medien“) zum Zwecke der Verbreitung. Soweit nicht ausdrücklich anders als verbindliches Angebot bezeichnet, sind Angebote vom Verlag freibleibend, d.h. nicht bindend und stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Leistungen.

**1.2** „Werbeauftrag“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot eines Auftraggebers über die Schaltung und Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Werbemittel“ oder „Anzeige“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungstreibende“ bezeichnet) in Online-Medien zum Zweck der Verbreitung. Auftraggeber kann eine Agentur oder direkt ein Werbungstreibender sein.

**1.3** Ein Werbemittel im Sinne dieser AGB kann unter anderem aus einem oder mehreren der folgenden Elemente bestehen:  
- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner, Video),

- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z. B. Link).

**1.4** „Verlag“ ist die Axel Springer AG für sämtliche von ihr vermarkteten Online-Medien, auch wenn diese von Dritten betrieben werden. Bei Vermarktung von Online-Medien der Berliner Morgenpost durch die Ullstein GmbH tritt diese an die Stelle der Axel Springer AG. Bei Vermarktung von Online-Medien der B.Z. und/oder BILD-Berlin-Brandenburg durch die B.Z. Ullstein GmbH tritt diese an die Stelle der Axel Springer AG. Bei der Vermarktung von Online-Medien der Axel Springer Auto Verlag GmbH durch die Axel Springer Auto Verlag GmbH tritt diese an die Stelle der Axel Springer AG. Bei Vermarktung von Online-Medien der COMPUTER BILD-Gruppe durch die Computerbild Online Dienstleistungs-GmbH tritt diese an die Stelle der Axel Springer AG.

## 2. Vertragsschluss

**2.1** Bei einem Werbeauftrag kommt ein Vertrag, soweit nicht ausdrücklich anders individuell vereinbart, durch Veröffentlichung des Werbemittels (bei mehreren Werbemitteln des ersten Werbemittels) in den vom Verlag vermarkteten Online-Medien oder durch Bestätigung vom Verlag in Textform zustande. Sofern ein verbindliches Angebot durch den Verlag erfolgt, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers zustande.

**2.2** Ist in dem Werbeauftrag nur ein Gesamtwervolumen festgehalten, so wird der Verlag die Größe und Terminierung der einzelnen Werbemittelschaltungen abhängig von der Verfügbarkeit im Einvernehmen mit dem Auftraggeber, ansonsten nach billigem Ermessen unter Berücksichtigung des Interesses des Auftraggebers, vornehmen. Der Auftraggeber trägt dafür Sorge, dass die vertragsgesegneten Schaltungen innerhalb der Vertragslaufzeit auch gebucht werden.

**2.3** Soweit Agenturen Werbeaufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, mit der Agentur zustande. Die Agentur ist verpflichtet, dem Verlag auf Anforderung vor Vertragsschluss einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug und einen Mandatsnachweis zukommen zu lassen.

**2.4** Werbeaufträge von Werbe- und Mediaagenturen werden nur für namentlich genau genannte Werbetreibende angenommen. Die Werbung für die Produkte oder Dienstleistungen eines anderen als des bei der Buchung angegebenen Werbungtreibenden bedarf in jedem Fall der vorherigen schriftlichen Zustimmung vom Verlag.

**2.5** Sofern der Verlag Aufträge oder Abschlüsse über Dritte vermarkten lässt, handeln diese Dritten als Vertreter vom Verlag und auf dessen Rechnung.

**2.6** Soweit die Gewährung von AE nicht ausgeschlossen ist, wird für alle Aufträge, die über eine vom Verlag anerkannte Werbeagentur erteilt werden, eine Mittlergebühr von 15% auf das Rechnungsnetto vergütet, d.h. auf die Rechnungssumme ohne Mehrwertsteuer nach Abzug von Rabatten. Ausgenommen davon sind Setup-Gebühren, technische Kosten sowie Vergütungen für Kreativleistungen.

**2.7** Änderungen und Ergänzungen zu einem Vertrag sowie Abweichungen von diesen AGB bedürfen der Textform. Für Vertragsänderungen und -ergänzungen gilt dies auch für die Aufhebung der Schriftformklausel.

**2.8** Bei Agenturbuchungen behält sich der Verlag das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Auftraggeber der Agentur weiterzuleiten.

**2.9** Bucht ein Auftraggeber bei dem Verlag im Rahmen eines Vertrages Werbemittel für Online-Medien, die nicht ausschließlich vom Verlag vermarktet werden, bzw. über Online-Werbemittel hinausgehende Werbemittel, so kann der Verlag keine verbindliche Zusage über die terminliche Platzierung der Werbemittel erteilen. Etwaige Angaben zu Erscheinungsterminen sind somit jeweils vorbehaltlich von Änderungen zu verstehen.

## 3. Anzeigenveröffentlichung

**3.1** Die Gestaltungs- und Redaktionshoheit über die vom Verlag vermarkteten Webseiten obliegt den jeweiligen Online-Medien. Der Verlag behält sich daher in Bezug auf gebuchte Werbemittel ein Schieberecht sowie das Recht, jederzeit die Struktur der Seiten und/oder die Bezeichnung der Bereiche zu ändern, vor. Sollen Werbemittel nur zu bestimmten Erscheinungsterminen oder an bestimmten Plätzen der Online-Medien veröffentlicht werden, so bedarf es daher hierfür einer ausdrücklichen Vereinbarung mit dem Verlag. Eine geringfügige Umplatzierung der Online-Werbemittel innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn die Umplatzierung keinen wesentlichen nachteiligen Einfluss auf die Werbewirkung des Werbemittels hat. Die Aufträge für diese Werbemittel müssen so rechtzeitig bei dem Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Veröffentlichung mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

**3.2** Der Verlag ist unabhängig von der Veröffentlichung in Online-Medien berechtigt, aber nicht verpflichtet, erteilte Werbeaufträge im Rahmen der technischen Möglichkeiten ergänzend auch in Print- und anderen Onlinemedien vom Verlag und der mit ihr verbundenen Unternehmen zu veröffentlichen. Die für die Online-Medien vorliegenden Vorlagen können dabei an die jeweiligen Erfordernisse angepasst werden. Die Darstellung in den PrintMedien kann vom Veröffentlichungsergebnis in den Online-Medien abweichen.

**3.3** Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen wird grundsätzlich nicht zugesagt.

**3.4** Der Verlag wird die Online-Werbemittel – abgesehen von vertraglichen Sondervereinbarungen – während des gebuchten Zeitraums und/oder bis zum Erreichen der gebuchten Medialeistung in den Werberaum einstellen. Der Verlag wird dem Auftraggeber über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten AdImpressions und/oder AdClicks in einem durch den Verlag vorgegebenen Format berichten. Bei langfristigen Kampagnen wird eine monatliche Ist-Abrechnung vorgenommen. Im Falle der Unterlieferung wird der Verlag – soweit möglich und angemessen – eine Nachlieferung entsprechend den mit dem Auftraggeber vereinbarten AdImpressions vornehmen. Die Nachlieferung wird – vorbehaltlich etwaiger schriftlicher Sondervereinbarungen – grundsätzlich im Anschluss an den im Vertrag vereinbarten Zeitraum abgewickelt. Im Falle einer Abweichung zwischen der von dem Auftraggeber und der vom Verlag gemessenen Medialeistung verfahren die Parteien gemäß dem OVK-Standard.

## 4. Pflichten des Auftraggebers und Ablehnungsrecht vom Verlag

**4.1** Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte, insbesondere seine Werbemittel und die Webseiten, auf die das jeweilige Werbemittel verweist, so ausgestaltet



# Allgemeine Geschäftsbedingungen Online-Medien

sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und insbesondere jugendschutz-, presse-, wettbewerbs-, datenschutz-, strafrechtliche und medien-dienstrechtliche Vorschriften einhalten. Im Falle eines Verstoßes gegen Satz 1 stellt der Auftraggeber den Verlag von allen etwaigen dem Verlag daraus entstehende Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, vollumfänglich auf erstes Anfordern frei. Eine Pflicht zur Prüfung der Werbemittel vor Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels besteht für den Verlag nicht.

**4.2** Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel abzulehnen, insbesondere, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form Rechte Dritter oder die Interessen vom Verlag verletzt oder

Die Ablehnung eines Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Bei Werbemitteln, die in ihrem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung der Online-Medien entsprechen, behält sich der Verlag im Sinne seines publizistischen Auftrages ein Einspruchsrecht vor. Werbemittel, die redaktionell gestaltet sind, müssen sich eindeutig von der Grundschrift der Online-Medien unterscheiden und mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sein. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als werbliche Veröffentlichung erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

**4.3** Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Zustimmung vom Verlag. Die Werbungtreibenden sind namentlich zu benennen. Der Verlag behält sich die Erhebung eines Verbundaufschlags bzw. eine abweichende Rabattierung vor.

**4.4** Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten, auf die von dem Werbemittel verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten.

**4.5** Ist der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels bereits abgemahnt worden bzw. wird abgemahnt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bereits abgegeben oder gibt er eine solche ab, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag hierüber unverzüglich zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, haftet der Verlag auch nicht für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeigen(inhalte) entstehenden Schaden.

**4.6** Der Verlag ist berechtigt, die Schaltung und Veröffentlichung des gebuchten Werbemittels dann und insoweit bzw. so lange zu unterbrechen, wenn bzw. wie der Auftraggeber die Inhalte, auf die mittels Hyperlink von dem Banner verlinkt wird, verändert hat und/oder der Verdacht auf ein rechtswidriges Werbemittel und/oder einen rechtswidrigen Inhalt einen der verlinkten Webseite und/oder die Verletzung von Rechten Dritter besteht und/oder der Auftraggeber mit der Zahlung der Vergütung im Verzug ist. Dies gilt insbesondere in Fällen der Geltendmachung von Ansprüchen

Dritter gegen den Verlag oder den Auftraggeber wegen der Schaltung und Veröffentlichung des gebuchten Werbemittels oder im Fall von Ermittlungen staatlicher Behörden wegen derartiger Inhalte. Der Vergütungsanspruch vom Verlag bleibt hiervon unberührt.

## 5. Übermittlung von Online-Werbemitteln

**5.1** Es obliegt dem Auftraggeber, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben vom Verlag zur Erstellung und Übermittlung von Online-Werbemitteln (siehe die Informationen zu technischen Spezifikationen für Online-Werbemitteln, abrufbar unter <http://www.mediapilot.de/asmi-spezifikationen-digital>) entsprechende Vorlagen einschließlich aller für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien (nachfolgend „Vorlagen“) vollständig, fehler- und virenfrei sowie rechtzeitig, d. h. soweit nichts anderes vereinbart spätestens 5 Werktage vor Veröffentlichung, anzuliefern und diese ausreichend zur Verwendung durch den Verlag zu kennzeichnen. Un erwünschte Veröffentlichungsergebnisse, die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen vom Verlag zurückführen lassen, führen zu keinem Preisierungsanspruch. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Inhalte auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen.

**5.2** Kosten vom Verlag für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Vorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

**5.3** Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Vorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand zu entsprechen haben. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbezeichneten Art, wird der Verlag von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die EDV-Anlage vom Verlag) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierte Schadensquellen dem Verlag Schäden entstanden sind.

**5.4** Bei nicht fristgerechter, unvollständiger und/oder nicht den technischen Spezifikationen entsprechender Anlieferung der Werbemittel ist der Verlag berechtigt, die vorgesehenen Platzierungen anderweitig zu besetzen, bis die Lieferung einwandfrei erfolgt. Die Durchführung des Vertrages wird dann im Ermessen vom Verlag nachgeholt. Der Auftraggeber ist gleichwohl verpflichtet, den vollen Schalterpreis zu bezahlen.

**5.5** Wenn ein Vertrag nicht oder falsch durchgeführt wird, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, insbesondere Vorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig und/oder mangelhaft oder falsch gekennzeichnet abgeliefert wurden bzw. gemäß Ziff. 5.3 gelöscht wurden, hat der Verlag dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

**5.6** Unabhängig von den digitalen Druckerunterlagen ist eine schriftliche Auftragserteilung mit Motivenzeichnung erforderlich. Die Anlieferung der Vorlagen allein bedeutet keine Auftragserteilung.

**5.7** Vorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Vorlagen endet einen Monat nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

**5.8** Für die redaktionelle Abstimmung benennen die Parteien jeweils eine verantwortliche Person.

**5.9** In Ausnahmefällen kann vom Verlag die Bereitstellung von Werbemitteln über einen externen Adserver zugelassen werden. Für diese Fälle behält sich der Verlag das Recht vor, diese Werbemotive vor deren Schaltung zu sichten und eine Schaltung gegebenenfalls abzulehnen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, dem Verlag diese Werbemotive zwecks Sichtung vorzulegen sowie im Falle von nachträglichen Änderungen dem Verlag diese anzuzeigen.

## 6. Mängel

**6.1** Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminde rung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn

- (a) diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
- (b) diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre.

Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminde rung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.

**6.2** Der Auftraggeber wird das Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung überprüfen. Soweit der Auftraggeber Kaufmann ist, müssen Mängelrügen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Verlag geltend gemacht werden, es sei denn es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel, dann gilt eine Frist von sechs Monaten. Soweit der Auftraggeber Verbraucher ist, müssen Reklamationen bei offensichtlichen Mängeln, binnen zwei Wochen, bei nicht offensichtlichen Mängeln binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

**6.3** Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung, nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen:

(a) Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung gegenüber Unternehmern auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Online-Medien

oder leitende Angestellte vom Verlag verursacht wurde.

**(b)** Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getuschelt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.

Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangel- und Folgeschäden oder entgangenen Gewinn.

**6.4** Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten beruhen.

**6.5** Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag unbegrenzt nach den gesetzlichen Vorschriften.

## 7. Probeabzüge (Screenshots)

Screenshots werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die der Verlag bis zur Schaltung und innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

## 8. Zahlungen

**8.1** Die Rechnungsstellung erfolgt monatlich entsprechend der Leistungserbringung. Die Rechnungserstellung kann sich auch auf Teile des gesamten Auftrages beziehen. Die Schlussabrechnung erfolgt nach Ende der vollständigen Leistungserbringung, sofern nicht im einzelnen Fall etwas anderes vereinbart ist. Zahlungsbedingung: zahlbar sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse, sofern nicht in diesen AGBs bzw. im einzelnen Fall schriftlich etwas anderes vereinbart ist. Skonto in Höhe von 2% des Rechnungsbetrages inkl. MwSt. wird bei Vorauszahlung des Gesamtrechnungsbetrages vor Beginn der Leistungserbringung oder bei einer spätestens mit Auftragserteilung erteilten Einzugsermächtigung gewährt. Der Verlag behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z. B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung vor der Veröffentlichung zu verlangen.

**8.2** Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche vom Verlag nur mit einer unbeschränkten oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufrechnen. Sofern der Auftraggeber Unternehmer ist, ist er zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbeschränkt oder rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

**8.3** Bei Zahlungsverzug werden zusätzlich zu den gesetzlichen Verzugszinsen angemessene Mahngebühren erhoben. Der Verlag kann darüber hinaus die weitere Ausführung des laufenden Werbeauftrages oder Abschlusses bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

**8.4** Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Vertrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

## 9. Anzeigenbeleg

Der Verlag liefert auf Wunsch einen Beleg für Anzeigen und andere

Werbemittel; der Verlag behält sich vor, hierfür eine gesonderte Vergütung zu verlangen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung vom Verlag über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

## 10. Preise

**10.1** Preise verstehen sich stets zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Umsatzsteuer; das gilt insbesondere für in Werbeaufträgen genannte Preise.

**10.2** Der Verlag ist berechtigt, die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Preisänderungen für Anzeigenverträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Das Rücktrittsrecht gilt nicht für im Dauerschuldverhältnis abzuwickelnde Aufträge. Hier treten Änderungen der Preisliste sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.

## 11. Konzernverbundene Unternehmen

Gilt für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregistersauszuges auf Anforderung vom Verlag nachzuweisen. Der Konzernrabatt muss spätestens bei Vertragsschluss geltend gemacht werden. Eine spätere Geltendmachung wird nicht rückwirkend anerkannt. Konzernrabatte außerhalb der Preisliste bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

## 12. Rechteübertragung und -garantie

**12.1** Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Vorlagen, insbesondere seine Werbemittel und die Webseiten, auf die das jeweilige Werbemittel verweist, Rechte Dritter nicht verletzen; er erklärt insbesondere, Inhaber sämtlicher für die Schaltung und Veröffentlichung der von ihm zur Verfügung gestellten Vorlagen sowie für die auf seiner Website veröffentlichten Inhalte erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte und hierüber verfügungsberechtigt zu sein. Im Falle der Anzeigenstellung durch den Verlag erklärt der Auftraggeber zudem, alle zur Erstellung der Anzeige erforderlichen Rechte zu besitzen. Er stellt den Verlag insofern von allen Ansprüchen Dritter auf erste Anforderung frei. Dies umfasst auch die Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

**12.2** Der Auftraggeber überträgt dem Verlag an dem von ihm zur Verfügung gestellten Inhalten, die für die Erstellung und die Veröffentlichung der Werbung in Print- und Online- und Telemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen nicht-ausschließlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Ver-vielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf einschließlich aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Der Verlag erhält zudem zeitlich unbegrenzt das Recht zur Eigenwerbung vom Verlag bzw. der jeweiligen Objekte. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und sind frei auf Dritte übertragbar.

**12.3** Diese Rechteeinräumung gilt ausdrücklich für die Nutzung über feste und mobile Kommunikationsnetze und -mittel, unter Einschluss sämtlicher digitaler und analoger Übertragungs- und Abruftechniken, insbesondere über Kabel, Funk, feste und mobile Satellitennetze und Mikrowellen, sämtlicher bekannter und zukünftiger Übertragungsverfahren (insbesondere WAN, LAN, WLAN, Breitband, UKW, GSM, GPRS, EDGE, UMTS, HSDPA, HSUPA und DVB-T und DVB-H), -protokolle und -sprachen (wie zum Beispiel TCP/IP, IP, HTTP, WAP, HTML, cHTML und XML) und unter Einschluss der Wiedergabe auf jeglichen Empfangsgeräten, wie insbesondere stationären, mobilen und ultramobilen Computern, Fernsehgeräten, Set-Top-Boxen, (Festplatten-)Videorekordern, Mobiltelefonen, Tablets, Mobile Digital Assistants (MDA), Personal Digital Assistants (PDA) und Mobile Internet Devices (MID), und umfasst die Nutzung im Rahmen von Telekommunikations-, Telemedien- und Rundfunkdiensten (etwa Web- und Mobilportale, Applikationen, Widgets, RSS-, SMS-, MMS-, E-Mail-, Messenger- und Nachrichtendienste und unabhängig davon, ob diese als Push oder als Pull-Dienste ausgestaltet sind) und im Rahmen jeglicher Form der Werbung und/oder Öffentlichkeitsarbeit (auch unter Verwendung des Inhalts als integraler Bestandteil von Online-Werbung, etwa im Rahmen von Bannern, Videos, Screen-Shots, Audio-Samples, Teasern, Newslettern, Titeln und Namen für die Geschäftstätigkeit, Dienstleistungen oder Produkten vom Verlag, den vom Verlag vermarkteten Online-Medien und/oder Dritten).

**12.4** Etwaige den Angeboten vom Verlag zugrunde liegende Konzepte und Bestandteile sind urheber- und wettbewerbsrechtlich geschützt und vom Auftraggeber vertraulich zu behandeln. Diese Konzepte dürfen insbesondere weder in dieser noch in abgewandelter Form an Dritte weitergegeben noch von dem Auftraggeber außerhalb des Vertragsumfangs für eigene Zwecke genutzt werden.

**12.5** Wird im Zusammenhang mit dem Werbemittel eine Grafikdatei oder in sonstiger Art und Weise der Name, das Logo, das Unternehmenskennzeichen, die Marke, ein Werkmittel oder eine sonstige geschäftliche Bezeichnung verwendet, so gewährt der Auftraggeber dem Verlag für die Dauer des Vertrages das nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht zur Nutzung der Grafikdatei oder der entsprechenden Zeichen in dem jeweiligen Werbemittel.

**12.6** Vom Verlag für den Auftraggeber gestaltete Anzeigenmotive (Promo-

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Online-Medien

tions) dürfen nur für Anzeigen in den dafür bei dem Verlag gebuchten Titeln/Ausgaben verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

## 13. Laufzeit

**13.1** Der Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit.

**13.2** Sollten die Parteien keine ausdrückliche Vertragslaufzeit vereinbart haben, so sind die Schaltungen der Werbemittel im Zweifel innerhalb eines halben Jahres nach Zustandekommen des Vertrages vom Auftraggeber abzurufen.

**13.3** Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund nach vorheriger Abmahnung bleibt hiervon unberührt. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen. Ein Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund liegt insbesondere vor, wenn eine der Parteien trotz einer schriftlichen Abmahnung wiederholt eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine fortdauernde Vertragsverletzung innerhalb angemessener Frist nicht abstellt oder deren Folgen nicht beseitigt, gegen eine und/oder beide Parteien und/ oder gegen ein vom Verlag vermarktetes Online-Medium infolge einer vertragsgegenständlichen Leistung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde oder für den Verlag der begründete Verdacht besteht, dass der Auftraggeber oder die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte gegen geltende rechtliche Bestimmungen, insbesondere des Strafgesetzbuches, des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages oder die geltenden Werberichtlinien, verstößt bzw. verstoßen; ein begründeter Verdacht besteht, sobald der Verlag auf Tatsachen gestützte Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen rechtliche Bestimmungen vorliegen, insbesondere ab der Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen den Verlag, den Auftraggeber und/oder gegen die vom Verlag vermarkteten Online-Medien bzw. ab der Aufforderung zu einer Stellungnahme durch die zuständigen Stellen. Ein fristloser Kündigungsgrund ist auch gegeben, wenn über das Vermögen eines Auftraggebers ein Insolvenzverfahren eröffnet oder mangels Masse nicht eröffnet bzw. ein diesbezüglicher Antrag gestellt wird und der betroffene Auftraggeber trotz entsprechender Aufforderung die offensichtliche Unbegründetheit des Antrags nicht binnen einer angemessenen Frist nachweist. Ein Grund zur fristlosen Kündigung besteht darüber hinaus, wenn gegen eine der Vertragsparteien Vollstreckungsmaßnahmen ausgebracht und nicht innerhalb von einem Monat aufgehoben wurden.

## 14. Störungen des Vertragsverhältnisses bei höherer Gewalt

Fällt die Durchführung eines Vertrages ganz oder in Teilen aus Gründen aus, die der Verlag nicht zu vertreten hat, insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, aufgrund von Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so einigen sich die Parteien schon jetzt auf Erfüllung nach Ablauf des Vertragszeitraumes. Der Vergütungsanspruch bleibt hiervon unberührt. Fällt die Durchführung eines Vertrages ganz oder in Teilen aus Gründen aus, die von dem Auftraggeber zu vertreten sind, so gelten jeweils die gesetzlichen Regelungen.

## 15. Einschaltung Dritter

Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Werbeauftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung vom Verlag. Der Verlag ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Werbeauftrag Dritter zu bedienen.

## 16. Vertraulichkeit und Presse

**16.1** Soweit nicht schriftlich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien Einzelheiten des Vertragsverhältnisses, insbesondere die Preise und Konditionen, sowie über Geschäftsgeheimnisse, von denen sie im Rahmen der Vertragdurchführung unmittelbar oder mittelbar durch die jeweils andere Partei Kenntnis erlangen, streng vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Der Verlag ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Werbeauftrags den gemäß Ziffer 15 eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offen zu legen. Die Verpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über eine Beendigung hinaus.

**16.2** Der Verlag ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze des Auftraggebers und Werbungtreibenden auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research oder vergleichbare Institutionen weiterzuleiten.

**16.3** Presseerklärungen sowie sonstige öffentliche Verlautbarungen gegenüber Dritten über die Geschäftsbeziehung zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber oder bezüglich der Details getroffener Vereinbarungen bedürfen der vorherigen Freigabe vom Verlag. Dies gilt ebenso für Logoveröffentlichungen für vom Verlag gelieferte Logos.

## 17. Datenschutz

**17.1** Der Auftraggeber verpflichtet sich, die jeweils gültigen gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz und zum Schutz des Fernmeldegeheimnisses einzuhalten. Der Auftraggeber wird seine Mitarbeiter sowie Erfüllungsgehilfen und deren Mitarbeiter auf die Einhaltung dieser Bestimmungen verpflichten.

**17.2** Sollte der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf in den Online-Medien gewinnen oder sammeln, sichert der Auftraggeber zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des Telemediengesetzes (TMG) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.

**17.3** Sofern beim Auftraggeber anonyme Daten aus dem Zugriff auf die von ihm für Online-Medien ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Auftraggeber diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen auf den Online-Medien vom Verlag generiert worden sind.

**17.4** Darüber hinaus ist dem Auftraggeber eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten aus dem Zugriff auf die von ihm für die vom Verlag vermarkteten Online-Medien ausgelieferten Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der Auftraggeber die Daten aus Werbeschaltungen auf den Online-Medien nicht für eigene Zwecke speichern, auswerten, anderweitig nutzen und/oder an Dritte weitergeben. Dieses

Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf den Online-Medien von und deren weitere Nutzung.

**17.5** Setzt der Auftraggeber für die Schaltung von Werbemitteln auf den vom Verlag vermarkteten Online-Medien Systeme eines Dritten ein, wird sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

## 18. Auftragsstornierungen vor Beginn der Leistungserbringung

Der Auftraggeber kann Verträge nach deren Zustandekommen stornieren. Stornierungen von Verträgen müssen schriftlich z.Hd. des Ansprechpartners des Auftraggebers beim Verlag erfolgen. Eine kostenfreie Stornierung gewährt der Verlag bis zu drei Wochen vor Beginn der vereinbarten Leistungserbringung. Maßgeblich für den Zeitpunkt der Stornierung ist der Zugang des Schreibens beim Verlag. Wird diese Stornofrist nicht eingehalten, hat der Auftraggeber, 30% des Nettoauftragswertes zuzüglich USt. zu zahlen. Soweit der Auftraggeber Verbraucher ist, ist es ihm gleichwohl gestattet, den Eintritt eines geringeren Schadens nachzuweisen. Nach Beginn der Leistungserbringung ist eine Stornierung ausgeschlossen. Bei der Buchung von Kooperationsverformen, wie crossmediale Angebote, Gewinnspiele, Contentintegration ist eine Stornierung bis sechs Wochen vor Schaltungsbeginn möglich. Bei Nichterhaltung dieser Frist hat der Auftraggeber, mindestens 30% des Nettoauftragswertes (Bruttoauftragswert abzüglich gesetzlicher MwSt.) zuzüglich der auf diesen Betrag anfallenden gesetzlichen MwSt. als Stornogebühr zu zahlen. Technische Kosten und Kosten für Kreativleistungen, die bis zum Zeitpunkt der Stornierung für die Buchung entstanden sind, werden dem Kunden vollständig in Rechnung gestellt.

## 19. Schlussbestimmungen

**19.1** Etwaige zusätzliche in der Preisliste enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen.

**19.2** Soweit nach diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen Schriftform erforderlich ist, wird diese durch die Textform gewahrt.

**19.3** Änderungen der AGB werden dem Auftraggeber schriftlich sowie unter [www.axelspringer-mediapilot.de](http://www.axelspringer-mediapilot.de) unter „Mediadaten/AGB“ mitgeteilt. Sie gelten als vom Auftraggeber genehmigt, sofern dieser nicht binnen eines Monats ab Mitteilung schriftlich widerspricht.

**19.4** Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder der Verlag die Leistungen widerspruchlos erbringt, d. h. Werbemittel widerspruchlos geschaltet und veröffentlicht werden.

**19.5** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Bei Nichtkaufleuten bestimmt sich der Gerichtsstand nach den gesetzlichen Vorschriften. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

**19.6** Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages einschließlich dieser Regelungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder sollte der Vertrag eine Lücke enthalten, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen oder Teile solcher Bestimmungen unberührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich, anstelle einer unwirksamen Bestimmung eine gültige Vereinbarung zu treffen, deren wirtschaftlicher Erfolg dem der unwirksamen so weit wie möglich nahe kommt.