Allgemeine Geschäftsbedingungen für Außenwerbung

Diese AGB gelten für Kampagnen- und Dauerwerbung. Sie gliedern sich in einen Teil A mit allgemeinen Bedingungen, die für Kampagnen- und Dauerwerbung gleichermaßen gelten, sowie in einen Teil B mit besonderen Bedingungen, die ausschließlich für Dauerwerbung, und einen Teil C mit besonderen Bedingungen, die ausschließlich für Kampagnenwerbung gelten. Die Regelungen in Teil B und C gehen jeweils im Konfliktfall den allgemeinen Bedingungen des Teils A vor.

Maßgeblich für die Einordnung eines Vertrags als Dauerwerbung oder Kampagnenwerbung ist die vereinbarte Grundlaufzeit des jeweils gebuchten Produkts:

a) „Kampagnenwerbung“ ist Werbung, die mit einer in Wochen oder Dekaden bemessenen Grundlaufzeit gebucht wird (Grundlaufzeit in der Regel weniger als 6 Monate).

b) „Dauerwerbung“ ist Werbung, die mit einer in Monaten oder Jahren bemessenen Grundlaufzeit gebucht wird (Grundlaufzeit in der Regel mindestens 6 Monate oder länger).

Der Begriff „Werbung“ wird im Folgenden als gemeinsamer Oberbegriff für Kampagnen- und Dauerwerbung verwendet.

TEIL A – ALLGEMEINE BEDINGUNGEN FÜR KAMPAGNEN- UND DAUERWERBUNG

Ziffer 1 Vertragsgegenstand und Begriffsbestimmungen

1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für sämtliche Verträge mit Unternehmen der Ströer Gruppe („Auftragnehmer“) über die Durchführung von Außenwerbung an verschiedenen analogen und digitalen Medienträgern, Werbung durch Anzeigen und Beilagen (inkl. Prospekte/Broschüren) und Werbung mit Eventmedien (d. h. Durchführung von Direktwerbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen auf den dem Publikumsverkehr geöffneten Flächen wie z. B. Bahnhöfen, Einkaufszentren und Fußgängerzonen).

1.2 Die Werbung erfolgt auf Werbeflächen, die sich auf Grundstücken, in/an Verkehrsmitteln oder in/an Gebäuden Dritter bzw. in/an von Dritten betriebenen Verbrauchermärkten befinden (zusammen „Werbeflächen“), an denen der Auftragnehmer das werbliche Nutzungsrecht vom entsprechend Berechtigten („Standortinhaber“) erhalten hat.

1.3 Je nach vertraglicher Vereinbarung stehen für Kampagnen- und Dauerwerbung insbesondere die folgenden Medienträger zur Verfügung:

Medienträger der Mediengattung **Plakatmedien** sind insbesondere:

- Großflächen (GF): Tafeln zur Anbringung jeweils eines Plakats im 9 m²-Format (Querformat)
- City Star (CS): Monofuß zur Anbringung jeweils eines Plakats im 9 m²-Format (Querformat)
- City Star+ (CP): verglaste Medienträger zur Anbringung von bis zu drei Plakaten im Wechsel im 9 m²-Format auf Monofuß
- Ganzsäulen (GS/GZ): Säulen zur Anbringung von Plakaten jeweils eines Werbungtreibenden
- Litfaßsäulen (LS): Säulen oder Tafeln zur Anbringung von Plakaten jeweils mehrerer Werbungtreibender (Allgemeinstellen)
- City-Light-Säulen (CLS) und Premium City-Light-Poster (PCLP): verglaste Säulen zur Anbringung von mehreren Plakaten im 2 m²-Format oder einem Plakat im ca. 4 m²-Format
- City-Light-Poster (CLP): verglaste Vitrine zur Anbringung von einem oder mehreren Plakaten (auch im Wechsel) im 2 m²-Format
- Mega-Lights (ML): verglaste Medienträger zur Anbringung von bis zu drei Plakaten im Wechsel im 9 m²-Format auf Monofuß und Wandanlage
- Superposter: Tafeln zur Anbringung eines Plakates im 20 m²-Format (Querformat)
- KulturmedienMedienträger (KMW): Werbeflächen zur Anbringung von Kultur- und Veranstaltungswerbungen (Litfaßsäulen, Kulturposter/Moskitó, Bahnhof, A1-Plakate Bahnhof, Kultursäule und Dreieckständer)

Medienträger der Mediengattung **Elektronische Medien / DOOH** sind insbesondere:

- DOOH Infoscreen
- DOOH Station
- DOOH Mall
- DOOH City Board
- DOOH Giant Indoor/Outdoor
- DOOH City Light /
- DOOH City Window
- DOOH City Tower
- DOOH Retail
- DOOH Train
- DOOH Scene
- DOOH Cinema
- DOOH Education/School
- DOOH Fitness

Medienträger der Mediengattung **Verkehrsmedien** sind Werbeflächen in und an Bussen und Bahnen sowie anderen Verkehrsmitteln (zusammen „Fahrzeuge“) des öffentlichen Nah- und Fernverkehrs. Dies sind insbesondere:

- TrafficBoards
- Seitenscheibenplakate / Deckenflächenplakate
- Swing Cards
- Innenwerbung
- TrafficBanner
- Verkehrsmittel Ganzgestaltung / Teilgestaltung

Medienträger der Mediengattung **Stationsmedien** sind Sonderwerbeformen und -maßnahmen innerhalb von Bahnhöfen, U-Bahnstationen, Flughäfen und sonstigen Wartebereichen im öffentlichen Fern- und Nahverkehr. Dies sind insbesondere:

- Big Banner
- Spannbänder
- Ground Poster
- Stair Poster, Stair Branding
- Station Tower

1.4 Je nach vertraglicher Vereinbarung beinhaltet der Vertrag den Aushang, die Auslage bzw. die Ausstrahlung des Werbemittels oder die sonstige Durchführung von Werbemaßnahmen während des vereinbarten Werbezeitraums („Medialeistung") sowie – soweit vereinbart – weitere Leistungen wie die Herstellung, Wartung und Demontage des Werbemittels nach Ablauf des Werbezeitraums sowie ggf. die Einholung erforderlicher Genehmigungen durch den Auftragnehmer (zusammen „technische Leistungen" bzw. „technische Kosten") und/oder die Erstellung von Werbemotiven („Kreativleistung").

1.5 Weiterhin sind die jeweiligen Produktdatenblätter und/oder individuell schriftlich mitgeteilten Informationen (zusammen „Produktinformationen") Bestandteil des jeweiligen Vertrags. Aus diesen ergeben sich die technischen Anforderungen an das Werbemittel, die vom Auftraggeber zu liefernden Materialien/Daten/Informationen/Briefings sowie ggf. Lieferfristen und Lieferorte sowie Abnahme- und Freigabefristen. Der Auftraggeber erhält diese Produktinformationen spätestens mit der Auftragsbestätigung des Auftragnehmers. Die Produktdatenblätter für Standard-Produkte der Mediengattung Plakatmedien und Elektronische Medien / DOOH sind ebenfalls unter https://www.stroeer.de/planen-buchen/aussenwerbung/daten-und-preise/ in der Rubrik Medienproduktion einsehbar.

Ziffer 2 Auftragserteilung und -annahme

2.1 Der Vertrag kommt nur durch schriftliche Annahme des vom Kunden („Auftraggeber") erteilten Auftrags durch den Auftragnehmer zustande. Angebote des Auftragnehmers sind freibleibend. Soweit zur Durchführung der Werbung eine Zustimmung des Standortinhabers erforderlich ist und/oder behördliche und andere Genehmigungen erforderlich sind, erfolgt der Vertragsschluss unter der aufschiebenden Bedingung des Vorliegens sämtlicher Zustimmungen/Genehmigungen (s. auch Ziffer 2.8).

2.2 Soweit nicht bei einer Auftragserteilung durch Agenturen/Mittler ausdrücklich etwas anderes bestimmt wird, kommt der Vertrag zwischen Agentur/Mittler und dem Auftragnehmer zustande. Bei Auftragserteilungen von Agenturen/Mittlern, die im Namen und im Auftrag eines werbungstreibenden Unternehmens („Werbungstreibender") erfolgen sollen, ist dies ausdrücklich bei der Auftragserteilung mitzuteilen. In beiden Fällen tritt Agentur/Mittler mit Vertragsschluss seine Ansprüche gegen den Werbungstreibenden aus dem zwischen Agentur/Mittler und dem Werbungstreibenden geschlossenen Werbevertrag an den Auftragnehmer ab, soweit sie Gegenstand der Beauftragung des Auftragnehmers sind. Der Auftragnehmer nimmt diese Abtretung hiermit an (Sicherungsabtretung).

2.3 Aufträge des Auftraggebers haben eine Bezeichnung des zu bewerbenden Produktes („Produktgruppe") und des Werbungstreibenden zu enthalten. Nach Auftragsbestätigung hat der Auftraggeber eine digitale Motivvorlage sowie die geforderten Informationen und Unterlagen entsprechend der jeweiligen Produktinformationen für den gebuchten Medienträger an den Auftragnehmer zu übermitteln. Der Auftraggeber hat auf Anforderung des Auftragnehmers maßstabsgerechte Entwürfe der Werbemaßnahme zur Genehmigung vorzulegen. Die gebuchte Medialeistung darf ausschließlich für Werbemaßnahmen des Auftraggebers bzw. genannten Werbungstreibenden eingesetzt werden. Eine Weitergabe an andere Personen ist nicht bzw. nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Auftragnehmers möglich, der diese ohne Angabe von Gründen verweigern kann. Der Auftragnehmer ist berechtigt, Werbemotive abzulehnen, wenn diese keinen direkten Bezug zum Auftraggeber oder Werbungstreibenden bzw. dessen Produkten haben bzw. nicht Teil einer diesbezüglichen Kampagnenstrategie sind.

2.4 Der Auftragnehmer behält sich vor, die Annahme von Aufträgen – ganz oder teilweise – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Auftragnehmers abzulehnen, wenn eine Durchführung der Werbung unzumutbar ist (z. B. politische, weltanschauliche oder religiös extreme, diskriminierende, gegen den guten Geschmack oder die guten Sitten verstoßende Werbung), gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, straßenverkehrsrechtliche Bedenken bestehen oder den Interessen der Standortinhaber zuwiderläuft. Bei bereits zustande gekommenen Verträgen hat der Auftragnehmer für die vorgenannten Fälle ein Rücktrittsrecht vom Vertrag, wenn nicht der Auftraggeber innerhalb einer vom Auftragnehmer gesetzten Frist vor Beginn des vereinbarten Werbezeitraums ein rechtmäßiges Alternativmotiv vorlegt. Die Fristläufe richten sich hierbei nach dem jeweiligen Produkt und den damit einhergehenden Mindest-Vorlaufzeiten. Entstehen während der Durchführung der Werbung wegen des Inhalts, der Herkunft oder der Form der Werbung begründete rechtliche oder sittliche Bedenken gegen diese Werbung oder erweist sich die Werbung als unvereinbar mit der vorstehenden Regelung dieses Absatzes, ist der Auftragnehmer berechtigt, die

Werbung unverzüglich zu beenden und den Vertrag ohne Einhaltung einer Frist zu kündigen.

2.5 Eine Übertragung von Rechten und Pflichten aus dem Vertrag oder des Vertrages selbst auf Dritte bedarf der Zustimmung der jeweils anderen Vertragspartei. Der Auftragnehmer ist aber ohne Zustimmung des Auftraggebers berechtigt, Rechte und Pflichten aus dem Vertrag sowie den Vertrag selbst auf ein verbundenes Unternehmen gemäß §§ 15 ff. AktG zu übertragen.

2.6 Die Geltung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausgeschlossen.

2.7 Es besteht kein Anspruch des Auftraggebers auf eine bestimmte Platzierung der gebuchten Werbung in ein bestimmtes werblich-redaktionelles Umfeld, auf bestimmte Medienträgerstandorte bzw. bei Verkehrsmitteln auf bestimmte Linien- oder Streckenführungen sowie auf eine bestimmte Platzierung/Verteilung von Medienträgern innerhalb eines Verbrauchermarkts. Der Auftragnehmer hat keinen Einfluss darauf, dass z. B. die Warentrenner gleichmäßig auf geöffnete Kassen verteilt sind, wo Einkaufswagen und -körbe bereitstehen und welche und wie viele Kassen geöffnet sind.

2.8 Die Durchführung von Werbung kann der Zustimmung des Standortinhabers der Werbefläche unterliegen. Diese Zustimmung wird vom Auftragnehmer eingeholt. Der Auftraggeber stellt dafür auf eigene Kosten auf Anforderung des Auftragnehmers einen Entwurf der geplanten Werbung sowie ggf. alle weiterhin benötigten (technischen) Unterlagen zur Verfügung. Straßenrechtliche Sondernutzungserlaubnisse holt – soweit nicht im Einzelfall bei Vertragsabschluss anders vereinbart – der Auftragnehmer ein. Insbesondere im Bereich individualisierter Stations- und Eventmedien können weitere behördliche und andere Genehmigungen erforderlich sein (z. B. Baugenehmigung). Sofern nicht ausdrücklich anders vereinbart, holt der Auftraggeber diese Genehmigungen selbst auf eigene Kosten ein.

2.9 Machen der Standortinhaber oder die Behörden ihre Zustimmung zur Werbung von Änderungen des Werbemittels abhängig, so bleibt der Auftraggeber an seinen erteilten Auftrag bzw. an den Vertrag gebunden, es sei denn, dass ihm die Änderungen wegen erheblicher Beeinträchtigung der Werbewirkung nicht zugemutet werden können. Aufgrund der Änderungsanforderungen entstehende zusätzliche Kosten, wie z. B. Kosten für Motivänderungen oder Versandkosten, sind vom Auftraggeber zu tragen. Ersatzansprüche gegen den Auftragnehmer stehen dem Auftraggeber weder in diesem Fall noch bei Zurückweisung bzw. Nichtgenehmigung der Werbeanbringung durch den Standortinhaber oder die Behörden zu.

Ziffer 3 Werbezeitraum / Vertragslaufzeit

3.1 Der vertragliche Werbezeitraum/die Vertragslaufzeit beginnt mit dem im Vertrag vereinbarten Termin („Startdatum“) und endet mit Ablauf des im Vertrag vereinbarten Zeitraums. Für Dauerwerbung gilt ergänzend Ziffer B.1 (automatische Verlängerung). Das Startdatum ist auch dann der Vertragsbeginn, wenn die Werbung aufgrund von Verzug des Auftraggebers mit von ihm gemäß der Produktinformationen zu liefernden Unterlagen/Informationen/Werbemitteln/Briefings etc. noch nicht zum Startdatum faktisch begonnen werden konnte. Aufgrund von logistischen und technischen Umständen (Beginn des Werbezeitraums an einem Sonn- oder Feiertag, fester Plakatierungsrhythmus, Abstimmung mit dem Verkehrsbetrieb etc.) kann der tatsächliche Beginn der Werbung geringe Zeiträume früher oder später als vereinbart beginnen oder enden. Kompensationsansprüche aus diesem Grund bestehen weder für den Auftragnehmer noch für den Auftraggeber. Besonderheiten für Dauerwerbung hinsichtlich eines verspäteten tatsächlichen Beginns ergeben sich aus Ziffer B.2. Wurde kein Startdatum vereinbart , beginnt die Vertragslaufzeit an dem Kalendertag, an dem die Werbung tatsächlich beginnt, spätestens jedoch an dem Kalendertag, an dem die Werbung ohne Verzug des Auftraggebers mit von ihm gemäß Produktinformationen zu liefernden Unterlagen/Informationen/Werbemitteln hätte beginnen können. Der Auftragnehmer wird in diesem Fall dem Auftraggeber den tatsächlichen Beginn/das Startdatum des Vertrags mindestens in Textform mitteilen.

3.2 Kann der Auftragnehmer den Vertrag nicht durchführen oder nicht fristgemäß zum vereinbarten Startdatum mit der faktischen Durchführung beginnen, weil der Auftraggeber die von ihm zu liefernden Informationen, Materialien bzw. Werbemittel (Plakate, Motivvorlagen, Druckunterlagen, Reproduktionsunterlagen, Briefings/Bausteine für die Motiverstellung, im Falle von politischer Werbung die unter Ziffern 11.2 und 11.3 genannten Informationen und Bestandteile des Motivs etc.) nicht, verspätet oder nicht in der erforderlichen Anzahl oder Qualität geliefert hat, entbindet das den Auftraggeber nicht von seiner Zahlungsverpflichtung. Mehrkosten, die wegen der verspäteten Lieferung anfallen, trägt der Auftraggeber. Ersparte Aufwendungen hat sich der Auftragnehmer anrechnen zu lassen.

3.3 Bei Werbeschaltungen auf Elektronischen Medien / DOOH kann der Auftragnehmer keine absolut gleichmäßige Verteilung des gebuchten Volumens über den gesamten Werbezeitraum gewährleisten.

3.4 Der Auftragnehmer ist berechtigt, den Vertrag ohne Einhaltung einer Frist zu kündigen, wenn (i) für betroffene Medienträger erforderliche behördliche Genehmigungen nicht erteilt wurden, (ii) bereits erteilte behördliche Genehmigungen

widerrufen wurden, (iii) der Medienträger aus städtebaulichen oder sonstigen, vom Auftragnehmer nicht zu vertretenden Gründen abgebaut werden muss, (iv) zuständige Aufsichtsbehörden oder der Standortinhaber die Werbung während der Vertragslaufzeit ganz oder teilweise untersagen oder (v) der Vertrag mit dem Standortinhaber über die Nutzung der Werbefläche („Werberechtsvertrag“) vorzeitig endet. Der Auftragnehmer wird die jeweiligen Umstände dem Auftraggeber unverzüglich mitteilen und die bereits gezahlte Vergütung für den ausgefallenen Werbezeitraum anteilig erstatten. Darüber hinausgehende Ersatzansprüche stehen dem Auftraggeber nicht zu. Im Falle der Beendigung eines Werberechtsvertrags steht es dem Auftragnehmer frei, den Vertrag mit dem Auftraggeber – sofern er Werbeflächen betrifft, die unter den endenden Werberechtsvertrag fallen – statt zu kündigen für den restlichen Werbezeitraum auf einen neuen Werberechtsvertragspartner des Standortinhabers zu übertragen. Der Auftraggeber erklärt bereits jetzt seine Zustimmung zur Übertragung des Vertrags.

3.5 Für Kampagnenwerbung gelten hinsichtlich des Werbezeitraums/der Vertragslaufzeit ergänzend die Ziffern C.1 bis C.3.

Ziffer 4 Konkurrenzausschluss

Soweit nicht im Einzelfall ausdrücklich schriftlich vereinbart, wird der Ausschluss von Wettbewerbern des Werbungstreibenden nicht zugesichert.

Ziffer 5 Technische Leistungen / technische Kosten

5.1 Soweit im Vertrag nicht anders vereinbart, erfolgt die Montage und Demontage des Werbemittels, ggfs. soweit beauftragt der Austausch oder die Änderung des Werbemittels, durch den Auftragnehmer auf Kosten des Auftraggebers (zusammen „technische Leistungen“). Das hierfür vom Auftraggeber zu zahlende Entgelt wird als „technische Kosten“ bezeichnet und ist von diesem soweit nicht anders vereinbart gesondert zu tragen. Hierunter fallen neben den Kosten für die reine Anbringung und Entfernung von Werbemitteln ebenfalls die für die Erbringung der technischen Leistung ggfs. anfallenden Nebenkosten wie z.B. Bereitstellungsgebühren für das zeitweise Außerdienststellen und die Vorbereitung von Fahrzeugen zur Anbringung/Entfernung von Werbemitteln sowie bei der Mediengattung elektronische Medien/DOOH die Kosten für die Anpassung der angelieferten Reproduktionsunterlagen. Die Begriffe technische Leistungen bzw. technische Kosten werden durch die besonderen Bedingungen für Dauerwerbung in Ziffer B.3 erweitert und durch die besonderen Bedingungen für Kampagnenwerbung in Ziffer C.4 für Kampagnenwerbung auf Plakatmedien konkretisiert.

5.2 Bei Verträgen über Werbung auf Plakatmedien erfolgt eine Abdeckung von Plakaten erst mit Beginn eines Folgeauftrags, der sich nicht zwingend unmittelbar an die Laufzeit des Vertrags des Auftraggebers anschließt. Soweit eine Demontage von Werbemitteln/Abdeckung von Plakaten (i) auf Wunsch des Auftraggebers oder (ii) zwar nicht auf Wunsch aber vom Auftraggeber zu vertretend vor Ablauf der vertraglich vereinbarten Laufzeit bzw. bei Plakatabdeckung vor Beginn des Folgeauftrags erfolgt, und hierdurch zusätzliche bzw. höhere technische Kosten (Abdeck- und Entfernungskosten sowie entsprechende Nebenkosten) entstehen, sind diese vom Auftraggeber zu tragen und werden diesem zusätzlich in Rechnung gestellt. Ein Vertretenmüssen des Auftraggebers in diesem Sinne liegt insbesondere dann vor, wenn aufgrund des Motivs bzw. des Werbungstreibenden öffentliche Stellen (Gerichte/Behörden) die vorzeitige Beendigung anordnen (Verwaltungsakt/einstweilige Verfügung etc.) oder private Dritte rechtlich berechtigte Ansprüche (z. B. wettbewerbsrechtliche Ansprüche auf Unterlassung/vorzeitige Beendigung) gegenüber dem Auftragnehmer geltend machen oder der Auftragnehmer aufgrund von Zahlungsverzug des Auftraggebers oder Nichterfüllung der Mitwirkungspflichten durch den Auftraggeber den Vertrag außerordentlich vorzeitig kündigt.

5.3 Im Rahmen von Verträgen, bei denen so genannte Full-Service-Preise vereinbart sind, werden die technischen Kosten für die Anbringung und Entfernung der Werbemittel und (soweit ebenfalls als technische Leistung vereinbart) die einmalige Herstellung, („technische Kosten Full-Service“) vom Auftragnehmer nicht gesondert separat zu Vertragsbeginn, sondern ohne gesonderte Ausweisung zusammen mit den Kosten für die Medialeistung während der Laufzeit in gleichen Raten entsprechend des vereinbarten Zahlungsrhythmus in Rechnung gestellt. Endet ein Vertrag mit Full-Service-Preisen vorzeitig aus Gründen, die der Auftraggeber zu vertreten hat, z. B. wegen Zahlungsverzug oder aufgrund eines Rücktritts des Auftragnehmers gemäß Ziffer 2.4, werden die bis dahin noch nicht gezahlten technischen Kosten Full-Service, die anteilig auf das Entgelt für den nicht durchgeführten Werbezeitraum entfallen, zum Zeitpunkt der vorzeitigen Beendigung fällig und dem Auftraggeber in Rechnung gestellt. Gleiches gilt entsprechend für die Erstellung einer Kreativleistung, soweit auch diese als Full-Service-Leistung vereinbart ist. Weiterhin entfällt auch für den durchgeführten Werbezeitraum ein ggf. erteilter laufzeitbedingter Preisnachlass. Der Auftragnehmer ist dann dazu berechtigt, die Differenz zwischen dem vereinbarten Entgelt und dem Entgelt ohne laufzeitbedingte Rabatte für den durchgeführten Werbezeitraum nachträglich zu berechnen. Ein Austausch von Werbemitteln während des Werbezeitraums ist nicht Teil der Full-Service-Leistung und die Kosten hierfür sind vom Auftraggeber separat zu tragen.

Ziffer 6 Werbemittel

6.1 Soweit die Produktion des Werbemittels durch den Auftragnehmer vereinbart ist, richten sich die Produktionskosten nach dem jeweiligen Aufwand der vom Auftraggeber gewünschten Gestaltung des Werbemittels. Die für die Produktion des Werbemittels vom Auftraggeber zu liefernden Materialien (Motivvorlage, Druckunterlagen, Reproduktionsunterlagen etc.) sind – soweit nicht anders vereinbart oder in den Produktinformationen anders vorgegeben – spätestens 20 Kalendertage vor dem Startdatum dem Auftragnehmer zur Verfügung zu stellen. Genauere Vorgaben bzgl. der für die Werbemittelproduktion zu liefernden Materialien ergeben sich aus den jeweiligen Produktinformationen. Der Auftragnehmer wird den Auftraggeber unverzüglich über erkennbar ungeeignete und/oder beschädigte Materialien informieren. Die Überwachung der termingerechten Anlieferung der zu liefernden Materialien obliegt dem Auftraggeber und wird nicht vom Auftragnehmer überwacht.

6.2 Soweit im Vertrag vereinbart ist, dass der Auftraggeber die Herstellung und Lieferung des Werbemittels übernimmt, hat dies auf Kosten des Auftraggebers und entsprechend den Vorgaben des Auftragnehmers im Hinblick auf Maße, Ersatzmengen und Material zu erfolgen, die den jeweiligen Produktdatenblättern zu entnehmen sind und/oder vom Auftragnehmer gesondert schriftlich für den Einzelfall mitgeteilt werden. Soweit nicht anders vereinbart, hat der Auftraggeber das fertige Werbemittel auf seine Kosten spätestens 20 Kalendertage vor dem vereinbarten Startdatum an die vom Auftragnehmer vorgegebene Adresse zu liefern. Bei Verträgen über Verkehrsmedien / Verkehrsmittelwerbung ist bei Werbung in Fahrzeugen ab 10 Stück eine Ersatzmenge von 10 % mitzuliefern.

6.3 Der Auftragnehmer übernimmt auf Wunsch des Auftraggebers auch die Erstellung von Reproduktionsunterlagen oder die Vornahme erforderlicher Anpassungen ungeeigneter Reproduktionsunterlagen auf Kosten des Auftraggebers. Die Herstellung und Lieferung von Werbebeilagen/Broschüren/Prospekten ist Sache des Auftraggebers.

6.4 Bei der Herstellung von Werbemitteln durch den Auftragnehmer hat der Auftraggeber das Recht, vor Druck schriftlich Korrekturabzüge zu verlangen. Verlangt der Auftraggeber dies nicht, haftet der Auftragnehmer hinsichtlich Satzfehler nur für offensichtliche Abweichungen. Bei farbigen Reproduktionen gelten geringfügige Farbabweichungen nicht als Mangel. Erhält der Auftraggeber einen Korrekturabzug und erklärt nicht innerhalb von 3 Werktagen nach Erhalt, ob er diesen freigibt oder Mängel festgestellt hat, gilt die Freigabe als erteilt.

6.5 Bei Big Bannern und Brücken Bannern werden Wünsche über Farbabstimmung, soweit möglich, berücksichtigt. Die Einsendung eines Farbmusters oder die Mitaufnahme einer Grauskala wird empfohlen. Werden keine Angaben gemacht, so gilt die Auffassung des Auftragnehmers bzw. des von ihm beauftragten Produzenten als richtig. Durch das Material bedingte Abweichungen beim produzierten Big Banner gegenüber dem Original stellen keinen Mangel dar. Bei Reproduktion von Farbdrucken oder Farbretuschen sind materialbedingte Farbabweichungen bei Big Bannern nicht immer vermeidbar. Bei Nachbestellung von Big Bannern übernimmt der Auftragnehmer keine Gewähr dafür, dass die Ausführung farblich mit vorangegangenen Lieferungen übereinstimmt. Das gilt auch für den Vergleich zwischen Muster und Auflage.

6.6 Sind bei Anzeigen keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so legt der Auftragnehmer die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Auftragnehmer mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Der Auftraggeber erhält auf Wunsch mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags liefert der Auftragnehmer Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegexemplare. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Auftragnehmers über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

6.7 Sofern im Vertrag vereinbart ist bzw. sich aus der Natur der beauftragten Werbung (Promotion etc.) ergibt, dass der Auftraggeber die Durchführung der Werbung bzw. Montage und/oder Demontage des Werbemittels vornimmt, sind bei der Durchführung der Werbung bzw. Montage und/oder Demontage die Anweisungen des Standortinhabers und die Vorgaben des Auftragnehmers sowie sämtliche gesetzlichen, berufsgenossenschaftlichen oder sonstigen Sicherheitsvorschriften einzuhalten. Soweit nicht anders vereinbart, ist der Auftraggeber in diesen Fällen ebenfalls für die Überwachung sowie die Erhaltung – erforderlichenfalls Auswechselung/Erneuerung – seiner Werbemittel in einem sauberen, ordentlichen und verkehrssicheren Zustand verantwortlich. Alle Arbeiten des Auftraggebers dürfen nur in Abstimmung mit den zuständigen Stellen des Standortinhabers erfolgen. Durch Arbeiten des Auftraggebers verursachte Schäden können vom Standortinhaber oder Auftragnehmer auf Kosten des Auftraggebers ausgebessert werden. Arbeiten in einem betriebsgefährlichen Bereich des Standortinhabers (z. B. Gleisbereiche) werden grundsätzlich nur vom Standortinhaber auf Kosten des Auftraggebers durchgeführt. Bei beleuchteten oder anderweitig mit Strom zu betreibenden Werbemitteln darf der Auftraggeber Herstellung und Änderung der zur Stromversorgung erforderlichen Vorrichtungen nur nach Zustimmung des Standortinhabers durchführen. Die Unterhalts- sowie die laufenden Stromkosten bei selbst vom Auftraggeber zu

unterhaltenden Werbeflächen (z. B. Event- und individualisierte Stationsmedien) trägt der Auftraggeber selbst. Die Bestimmungen des Standortinhabers für die Stromabnahme Dritter hinsichtlich der Werbefläche sind für den Auftraggeber verbindlich. Soweit die hierfür erforderlichen Vorrichtungen als wesentliche Bestandteile von Gebäuden in das Eigentum des Standortinhabers der Werbefläche übergehen, findet eine Entschädigung des Auftraggebers nicht statt. Bei Anmietung von im Eigentum des Auftragnehmers oder des Standortinhabers stehenden Schaukästen, Vitrinen etc. ist deren Unterhaltung einschließlich der Erneuerung von Scheiben bei Glasbruch Sache des Auftraggebers. Der Abschluss einer Glasbruchversicherung wird empfohlen. Insbesondere trägt der Auftraggeber die Stromkosten sowie die Erneuerung der für die Beleuchtung notwendigen Bestandteile.

6.8 Soweit nicht anders vereinbart, erfolgt die Rücksendung bzw. Abholung von (i) Werbemitteln, die nach Beendigung der Werbung für den Auftraggeber noch nutzbar sind (Hinweisschilder, Big Banner, Spezialanfertigungen im Bereich Eventmedien etc.), (ii) vom Auftraggeber gelieferten Reproduktionsunterlagen sowie (iii) nicht verbrauchter Werbemittel-Ersatzmengen und weiterer Materialien (Druckvorlagen, Reproduktionsunterlagen, Modelle etc.) auf Kosten und Risiko des Auftraggebers, sofern der Auftraggeber dies innerhalb von 2 Wochen nach Beendigung des Werbezeitraums schriftlich verlangt. Werbemittel/Materialien, die während dieser Frist nicht zurückgefordert wurden, gehen entschädigungslos in das Eigentum des Auftragnehmers über und können vom Auftragnehmer entsorgt werden. Die Kosten für die Entsorgung trägt der Auftraggeber. Vom Auftragnehmer erstellte Werbemittel in Verbrauchermärkten (Warentrenner, Warenkörper bzw. Werbetafeln in Einkaufskörben / Einkaufswagen) sind und bleiben Eigentum des Auftragnehmers und sind von dieser Regelung ausgenommen.

6.9 Soweit eine Demontage des Werbemittels durch den Auftraggeber vereinbart ist, ist der Auftragnehmer nach erfolglosem Ablauf des vorgesehenen Demontagetermins dazu berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Demontage und Einlagerung der Werbemittel sowie die Wiederherstellung des ursprünglichen Zustands der Werbefläche auf Kosten und Gefahr des Auftraggebers vorzunehmen. Der Auftragnehmer ist in diesen Fällen dazu berechtigt, dem Auftraggeber einen pauschalen Ersatzanspruch in Rechnung zu stellen. Dessen Höhe bemisst sich nach den für die Werbung ursprünglich vereinbarten Konditionen, berechnet auf den Zeitraum zwischen vereinbartem Werbezeitraumende bis zur tatsächlichen Beendigung der Werbung. Der Nachweis eines geringeren bzw. höheren Schadens bleibt dem Auftraggeber bzw. dem Auftragnehmer vorbehalten.

Ziffer 7 Werbemotiv

7.1 Der Auftraggeber ist verantwortlich für Form und Inhalt der Werbemotive sowie deren rechtliche, insbesondere urheberrechtliche und wettbewerbsrechtliche, Unbedenklichkeit. Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer und den Standortinhaber insofern von eventuellen Ansprüchen Dritter sowie von sämtlichen dem Auftragnehmer hierdurch entstehenden Kosten frei. Eine Prüfpflicht obliegt dem Auftragnehmer nicht. Dies gilt auch, wenn das Werbemotiv als Kreativleistung gemäß Ziffer 8 vom Auftragnehmer erstellt wurde. In diesem Fall übernimmt der Auftraggeber mit Abnahme der Kreativleistung die Verantwortung für die inhaltliche Richtigkeit und die Rechtmäßigkeit des erstellten Werbemittels, insbesondere dessen wettbewerbsrechtliche Unbedenklichkeit, soweit der Auftragnehmer nicht schriftlich die Verantwortung für bestimmte Elemente übernommen hat. Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer und den Standortinhaber insofern von eventuellen Ansprüchen Dritter sowie von sämtlichen dem Auftragnehmer hierdurch entstehenden Kosten frei. Eine Haftung für die in der Werbung enthaltenen Sachaussagen über die Produkte und Leistungen des Auftraggebers trifft den Auftragnehmer in keinem Fall. Dem Auftragnehmer obliegt insofern keine Prüfpflicht.

7.2 Der Auftragnehmer ist bis auf Widerruf berechtigt, das Werbemotiv als Musterdruck und/oder für eigene Werbezwecke unentgeltlich zu nutzen, insbesondere das Motiv in einer web-basierten Datenbank zu verwenden.

Ziffer 8 Kreativleistungen

8.1 Ist im Vertrag vereinbart, dass der Auftragnehmer für den Auftraggeber ein Werbemotiv erstellt, erbringt der Auftragnehmer die Konzeption und Kreation des Werbemotivs („Kreativleistungen“) entsprechend der mit dem Auftraggeber abgesprochenen Vorgaben („Briefing“) und unter Nutzung der vom Auftraggeber ggf. bereitgestellten Vorarbeiten, wie beispielsweise Skizzen, Dokumente, Logos, Bilder, Texte oder andere Materialien, die bei der Erstellung einer Kreativleistung verwendet werden („Bausteine“).

8.2 Stellt der Auftraggeber solche Bausteine zur Verfügung, räumt er dem Auftragnehmer das einfache Recht ein, die für die Erstellung der Kreativleistung vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Bausteine zu diesem Zweck im erforderlichen Umfang zu nutzen. Dies beinhaltet das Recht, die Bausteine zu bearbeiten und umzugestalten („Bausteine-Nutzungsrecht“). Das Recht zur Bearbeitung oder Umgestaltung umfasst dabei die Befugnis, die Bausteine umzugestalten, zu kürzen oder zu verlängern oder mit anderen Werken zu kombinieren. Das Recht zur Nutzung umfasst weiterhin die Befugnis, die Bausteine in ihrer veränderten und unveränderten Form als Teil der erstellten Kreativleistung zu archivieren und zu veröffentlichen – insbesondere, aber nicht abschließend zum Zwecke der Eigenwerbung (z. B.

als Arbeitsprobe für Kundenmappen, auf Webseiten und Präsentationen sowie als Referenz). Der Auftragnehmer ist berechtigt, das eingeräumte Bausteine-Nutzungsrecht auf mit ihm nach §§ 15 ff. AktG verbundene Unternehmen zu übertragen oder diesen entsprechende Unterlizenzen zu erteilen, ohne dass es hierzu einer gesonderten Zustimmung des Auftraggebers bedarf.

8.3 Mit Bereitstellung der Bausteine garantiert und sichert der Auftraggeber zu, dass er Inhaber der ggfs. an den Bausteinen bestehenden Marken-, Namens-, Design-, Urheber- und anderen Schutzrechte ist bzw. er Inhaber eines entsprechenden Nutzungsrechts an den Bausteinen ist, welches ihn dazu berechtigt, die Bausteine für die Erstellung der Kreativleistung und deren anschließende Nutzung und Veröffentlichung insbesondere im Rahmen der vereinbarten Werbung zu verwenden. Der Auftraggeber garantiert und sichert damit ebenfalls zu, dass er auch dazu berechtigt ist, Dritten, insbesondere dem Auftragnehmer, ein entsprechendes Nutzungsrecht für die Erstellung und spätere Veröffentlichung der Kreativleistung, insbesondere das vorbenannte „Bausteine-Nutzungsrecht“, zu erteilen. Er sichert zu, dass weder Vereinbarungen noch einseitige Ansprüche oder Forderungen Dritter oder sonstige Umstände bestehen, welche die Verfügungsbefugnis über diese Nutzungsrechte und Rechte einschränken. Der Auftragnehmer ist nicht dazu verpflichtet, dies zu überprüfen.

8.4 Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer von allen Ansprüchen frei, die Dritte gegen den Auftragnehmer wegen der Verletzung von gewerblichen Schutzrechten, Urheberrechten, Persönlichkeitsrechten oder sonstigen Rechten durch die vertragsgemäße Verwendung der vom Auftraggeber beigestellten Bausteine geltend machen, und erstattet dem Auftragnehmer die angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung gegen solche Ansprüche. Der Auftragnehmer wird den Auftraggeber unverzüglich über die Geltendmachung eines solchen Anspruchs durch einen Dritten verständigen.

8.5 Der Auftraggeber ist zur Abnahme des erstellten Entwurfs der beauftragten Kreativleistung verpflichtet, soweit die abzunehmende Kreativleistung im Wesentlichen vertragsgemäß ist. Der zur Abnahme vorgelegte Entwurf kann dabei vom Auftragnehmer mittels eines digitalen Wasserzeichens geschützt werden. Stehen dem Auftraggeber gemäß der vertraglichen Vereinbarung bei Abnahme noch Änderungs- und Korrekturrunden zu, kann er statt der Abnahme auch noch Änderungs-/Korrekturwünsche nennen. Erklärt der Auftraggeber nicht innerhalb von fünf Werktagen nach Lieferung eines im Wesentlichen vertragsgemäßen Entwurfs, ob er diesen abnimmt oder die Abnahme verweigert bzw. dass er noch von seinem ggfs. vertraglich vereinbarten Recht auf Änderung/Korrektur Gebrauch macht, gilt die Abnahme als erteilt.

8.6 Die vom Auftragnehmer gestaltete Kreativleistung, insbesondere die vom Auftragnehmer gestaltete und entwickelte Werbung und deren computergrafische Umsetzungen, sind geschützte Werke nach dem Urheberrechtsgesetz. Der Auftragnehmer räumt dem Auftraggeber an der Kreativleistung nur ein einfaches, nicht übertragbares Nutzungsrecht ein. Dieses ist inhaltlich, zeitlich und räumlich darauf beschränkt, die Kreativleistung zur Durchführung der mit dem gleichen Vertrag beauftragten Außenwerbemaßnahme zu nutzen. Ein darüber hinausgehendes Nutzungs- oder Verwertungsrecht steht dem Auftraggeber nicht zu. Beabsichtigt der Auftraggeber, die Kreativleistung darüber hinaus, insbesondere zur Veröffentlichung in anderen Medien, wie z. B. in sozialen Medien oder in Zeitschriften, zu nutzen, so ist diesbezüglich eine gesonderte Nutzungsvereinbarung mit dem Auftragnehmer zu schließen.

Ziffer 9 Preise und Zahlungsbedingungen

9.1 Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, gelten die jeweils gültigen Listenpreise des Auftragnehmers zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses. Besondere Preisregelungen für die Dauerwerbung (Listenpreise bei Vertragsverlängerung, Preisänderung) ergeben sich aus Ziffer B.4.

9.2 Alle Preise verstehen sich zzgl. der zum Zeitpunkt der Leistungserbringung gesetzlich geltenden Umsatzsteuer.

9.3 Aufrechnungen sind nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig. Ein Leistungsverweigerungs- oder Zurückbehaltungsrecht kann der Auftraggeber nur geltend machen, sofern der Gegenanspruch auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht und rechtskräftig festgestellt oder vom Auftragnehmer anerkannt ist.

9.4 Für die Rechnungsstellung gilt – soweit vertraglich nicht anders vereinbart – Folgendes: Die Besonderheiten der Rechnungsstellung bei Dauerwerbung ergeben sich aus Ziffer B.5, die bei Kampagnenwerbung aus Ziffer C.5. Für die Rechtzeitigkeit der Zahlung ist der Tag des Geldeingangs entscheidend. Der Auftragnehmer ist berechtigt, Rechnungen in elektronischer Form an den Auftraggeber zu übermitteln. Dies umfasst insbesondere elektronische Rechnungen im Sinne des § 14 UStG sowie, soweit gesetzlich zulässig, Rechnungen in sonstigen elektronischen Formaten, insbesondere als PDF-Datei per E-Mail. Soweit für die Übermittlung die Zustimmung des Auftraggebers erforderlich ist, wird diese mit Vertragsschluss erteilt. Der Auftraggeber hat eine für den Empfang elektronischer Rechnungen geeignete elektronische Empfangsmöglichkeit bereitzustellen und dem Auftragnehmer die hierfür erforderlichen Angaben mitzuteilen.

9.5 Bei Verzug des Auftraggebers sowie bei begründeten Zweifeln an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Auftragnehmer berechtigt, auch vor und während der Laufzeit des Vertrags die (weitere) Durchführung des Vertrags ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Entgelts und vom Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 10 Vertragsstörungen / Haftung

10.1 Schadensersatzansprüche des Auftraggebers wegen Pflichtverletzung des Auftragnehmers bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Auftragnehmers. Eine Haftung für leichte Fahrlässigkeit des Auftragnehmers ist ausgeschlossen. Diese Einschränkung gilt nicht für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

10.2 Gegenüber Kaufleuten ist die Haftung für Sach- und Vermögensschäden bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen auf den vertragstypischen vorhersehbaren Schaden begrenzt.

10.3 Eine Haftung für mittelbare Schäden, insbesondere für entgangenen Gewinn, ist ausgeschlossen.

10.4 Diese Ziffer 10.4 findet Anwendung im Falle einer Nicht- bzw. Schlechtausführung, Verzögerung, Unterbrechung, eines reduzierten Volumens an Aushängen/Ausspielungen oder vorzeitigen Beendigung einer Werbung durch den Auftragnehmer soweit die betreffende Abweichung die für den jeweiligen Auftrag ggfs. geltende Toleranzregelung gemäß Ziffer 10.10 überschreitet. Sie gilt sowohl bei Abweichungen aus Gründen, die der Auftragnehmer nicht zu vertreten hat (z. B. Streik, höhere Gewalt, Bau-/Abrissmaßnahmen, längerfristige Schließung von Verbrauchermärkten etc.), wie auch im Falle des Vertretenmüssens oder wenn die Werbung aufgrund einer Änderung bzw. Aufrüstung, z. B. Digitalisierung des Medienträgertyps, an dem gebuchten Standort beendet werden muss Der Auftragnehmer wird in diesen Fällen für die ausgefallene Zeit/das ausgefallene Volumen innerhalb angemessener Frist eine Ersatzleistung durchführen. Dies ist -nach Wahl des Auftragnehmers- entweder (i) eine zeitliche Verlängerung der gebuchten Werbung und/oder (ii) die Durchführung einer mindestens gleichwertigen Ersatzausspielung/ eines mindestens gleichwertigen Ersatzaushangs während des gebuchten Zeitraums („Ersatzwerbung“). Eine Ersatzwerbung kann dabei auch auf einem anderen Medienträgertyp derselben Mediengattung gemäß Ziffer 1 durchgeführt werden, solange die Gleichwertigkeit gewahrt bleibt. Die Gleichwertigkeit der Ersatzwerbung beurteilt sich anhand der Gleichwertigkeit des Ortes und der Gleichwertigkeit des wirtschaftlichen Werts der Ersatzwerbung. Ein Ort gilt in der Regel als gleichwertig, wenn dieser (auch) Teil des Gesamtauftrags/ der Kampagnenplanung ist. Soweit für den Auftrag ein Kontaktniveau hinterlegt ist, muss auch dieses durch die Ersatzwerbung erreicht werden.

Falls weder eine Ersatzwerbung durchführbar war noch eine zeitliche Verlängerung der Werbung möglich ist bzw. diese zwar möglich ist, aber der Werbezweck zeitlich gebunden war (saisonale Werbung, Bewerbung eines Events/Termins etc.) und durch die Verlängerung des Werbezeitraums dieser nicht mehr erreicht werden kann, wird der Auftragnehmer die bereits gezahlte Vergütung für die nicht durchgeführte Werbung bzw. für den nicht durch eine Ersatzwerbung/Verlängerung kompensierten Teil der Werbung unverzüglich zurückerstatten. Darüber hinausgehende Ansprüche sind ausgeschlossen; die Haftung im Übrigen richtet sich nach den Ziffern 10.1. bis 10.3. Bei Umrüstung eines Medienträgers von statisch auf Wechsler-Mechanismus gilt der Verbleib der Werbung auf dem Wechsler als gleichwertige Ersatzwerbung, sofern das hinterlegte Kontaktniveau erreicht wird.

10.5 Der Vertrag über Werbung hat eine feste Vertragslaufzeit und kann von beiden Parteien nur unter Einhaltung der vereinbarten Kündigungsfrist zum Ende der jeweiligen Vertragslaufzeit gekündigt werden. Das Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund (z. B. nach § 314 BGB) bleibt hiervon unberührt.

Endet der Vertrag vor Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit ohne Vorliegen eines wichtigen Grundes für den Auftraggeber, steht dem Auftragnehmer ein Anspruch auf die vereinbarte Vergütung für bereits erbrachte Leistungen zu – z. B. die gesamten technischen Kosten, Kosten für Kreativleistungen und anteilige Medialeistung für den bereits erbrachten Zeitraum. Ferner besteht ein Anspruch auf Entschädigung für die infolge der vorzeitigen Vertragsbeendigung nicht erbrachten Leistungen des Auftragnehmers. Diese beträgt 30 % der auf die Restvertragslaufzeit entfallenden vertraglichen Vergütung für die Medialeistung. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines geringeren Schadens vorbehalten. Die Geltendmachung darüber hinausgehender Ansprüche bleibt dem Auftragnehmer vorbehalten.

Gleiches gilt, sofern der Vertrag vor Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit aufgrund vom Auftraggeber zu vertretender Gründe durch den Auftragnehmer gekündigt wird – z. B. bei Zahlungsverzug des Auftraggebers, Nichterfüllung der Mitwirkungspflichten durch den Auftraggeber oder aufgrund des Motivs/Werbungstreibenden gemäß Ziffer 5.2 letzter Satz.

10.6 Offensichtliche Mängel sind unverzüglich nach Kenntniserlangung vom Mangel, jedoch spätestens bis 30 Kalendertage nach Beendigung des Werbezeitraums gegenüber dem Auftragnehmer schriftlich geltend zu machen. Bei

elektronischer/digitaler Werbung / Werbung auf DOOH ist ein Mangel jedoch spätestens 1 Woche nach Beendigung des Werbezeitraums schriftlich geltend zu machen.

10.7 Bei der Beschaffung, Herstellung, Montage und/oder Demontage der Werbemittel durch den Auftragnehmer hat der Auftraggeber die Leistungen des Auftragnehmers unverzüglich nach Beginn der Leistungserbringung zu untersuchen und dem Auftragnehmer etwaige Mängel unverzüglich schriftlich, spätestens jedoch 30 Tage nach Beendigung, bei elektronischen Medienträgern bis 1 Woche nach Beendigung, unter Beifügung sämtlicher für die Prüfung der Mängelrüge erforderlicher Unterlagen anzuzeigen. Besonderheiten der Gewährleistung bei Dauerwerbung ergeben sich aus Ziffer B.6.

10.8 Für die Beschädigung der Werbemittel des Auftraggebers durch Dritte oder durch höhere Gewalt haftet weder der Auftragnehmer noch der Standortinhaber.

10.9 Bei Verträgen über Werbung, die eigenständig vom Auftraggeber durchgeführt wird bzw. bei denen die Herstellung, Montage, Demontage und/oder Wartung des Werbemittels durch den Auftraggeber vereinbart ist, haftet der Auftraggeber für alle Schäden, die durch das Werbemittel entstehen, und stellt den Auftragnehmer und den Standortinhaber von sämtlichen Ansprüchen frei, die Dritte aufgrund von durch das Werbemittel verursachten Schäden oder Nichteinhaltung von behördlichen Vorschriften geltend machen, und ersetzt dem Auftragnehmer auch die erforderlichen Kosten der Rechtsverfolgung. Ebenso stellt der Auftraggeber den Auftragnehmer von diesbezüglichen Ansprüchen des Standortinhabers frei.

10.10 Im Bereich der Mediengattungen Plakatmedien und Elektronische Medien/DOOH Medien ist es aus technischen und praktischen Gründen unvermeidbar, dass einzelne beauftragte Aushänge oder Ausspielungen (vorübergehend) nicht stattfinden oder erst verspätet erfolgen können (z. B. kurzzeitige Strom- oder Netzwerkausfälle, Hard-/Softwaredefekte, Streik, höhere Gewalt, Bau- oder Abrissmaßnahmen öffentlicher Einrichtungen oder des Standortinhabers, Beschädigung des Medienträgers sowie Behinderung des Zugangs zum Medienträger, etwa durch abgestellte Fahrzeuge oder Baustellen), ohne dass der Auftragnehmer dies zu vertreten hat. Eine Reduzierung von bis zu 1,75 % der beauftragten Aushänge/Ausspielungen – bezogen auf die jeweilige Kampagne/den jeweiligen Einzelauftrag – gilt in diesen Fällen als vertragsgerecht. Die vereinbarte Vergütung bleibt insoweit unberührt; der Auftraggeber kann insoweit insbesondere keine Minderung, Nachleistung oder Schadensersatz verlangen. Bei Beauftragung von City-Light-Poster und Allgemeinanschlagsaushängen im Netz (Netzbuchungen) kann es abweichend von Satz 2 zu Über- oder Unterschreitungen von bis zu 3% bei der Anzahl von Aushängen innerhalb eines Netzes kommen. Auch diese Abweichungen gelten als vertragsgerecht und begründen weder für den Auftragnehmer noch für den Auftraggeber Ersatz- oder Nachzahlungsansprüche. Die Sätze 1 bis 3 gelten nicht für Netzbuchungen im Sinne von Satz 4. Überschreitet die Abweichung die in dieser Ziffer genannte Toleranzgrenze oder beruht sie auf einem Umstand, den der Auftragnehmer zu vertreten hat, richtet sich die Rechtsfolge nach Ziffer 10.4; im Übrigen bleiben die gesetzlichen Rechte des Auftraggebers unberührt.

10.11 Wird bei Werbung an oder in Verkehrsmitteln ein bereits mit Werbemitteln versehenes Fahrzeug dauerhaft außer Dienst gestellt oder in ein anderes Einsatzgebiet verlegt, wird die Werbung auf einem Ersatzfahrzeug weitergeführt. Für die Kostentragung bei der Übertragung oder Neuanbringung der Werbemittel gilt bei Dauerwerbung Ziffer B.7, bei Kampagnenwerbung Ziffer C.6. Sofern kein Ersatzfahrzeug zur Verfügung gestellt werden kann, ist der Auftragnehmer berechtigt, den Vertrag betreffend der von der Außerbetriebsetzung/Verlegung betroffenen Werbung mit Wirkung zum Tage der Außerbetriebsetzung/Verlegung zu kündigen. Die ggfs. bestehende Verpflichtung des Auftraggebers zur Neutralisierung des Fahrzeuges bleibt hiervon unberührt.

10.12 Bei der Festsetzung der Preise für Werbung in und an Verkehrsmitteln ist bereits berücksichtigt, dass Fahrzeuge aus betrieblichen Gründen (z. B. Fahrplanänderungen an Wochenenden und zu Ferienzeiten, Reparaturen, Wartungsarbeiten, Hauptuntersuchungen) vorübergehend bis zu 7 Kalendertage nicht in Betrieb sein können. Ein zusätzlicher Ausgleich hierfür erfolgt nicht. Bei einem Ausfall von durchgehend mehr als 7 Kalendertagen bzw. von mehr als 7 Kalendertagen im Monat verlängert sich nach Wahl des Auftragnehmers die Aushangzeit entsprechend oder der Auftraggeber erhält eine Gutschrift. Sofern Fahrzeuge von den Verkehrsbetrieben während des Werbezeitraums an einem anderen Einsatzort eingesetzt werden, wird der Auftragnehmer den Auftraggeber hierüber verständigen. Sollte der neue Einsatzort im Hinblick auf die Art und den Zweck der gebuchten Werbung für den Auftraggeber nicht zumutbar sein, wird der Auftragnehmer gleichwertige Ersatzflächen anbieten. Hinsichtlich der Kostentragung für eine etwaige Neuanbringung gilt Ziffer 10.11 in Verbindung mit Ziffer B.7 bzw. C.6 entsprechend. Ist eine Neuanbringung an gleichwertigen Ersatzflächen nicht möglich, ist der Auftraggeber berechtigt, den Vertrag mit Wirkung zum Tag der Änderung des Einsatzortes zu kündigen. Die Verpflichtung des Auftraggebers zur Neutralisierung des Fahrzeugs bleibt hiervon unberührt.

Ziffer 11 Politische Werbung

Für „politische Werbung“ im Sinne der Verordnung (EU) 2024/900 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13.03.2024 über die Transparenz

und das Targeting politischer Werbung („TTPA“) gilt Folgendes:

11.1 Transparenzerklärung: Der Auftraggeber verpflichtet sich, unverzüglich nach Abschluss des Vertrags, der politische Werbung im Sinne der TTPA zum Gegenstand hat, eine schriftliche Erklärung („Transparenzerklärung“) gegenüber dem Auftragnehmer abzugeben. Die Transparenzerklärung muss insbesondere die nachfolgenden Punkte umfassen:

a) ob und inwieweit es sich bei dem erteilten Auftrag um eine politische Werbedienstleistung im Sinne des Art. 3 Nummer 5 der TTPA handelt;

b) ob eine der nachfolgenden Beschreibungen auf den Auftraggeber zutrifft: der Auftraggeber ist (i) Unionsbürger, (ii) Drittstaatsangehöriger, der seinen ständigen Wohnsitz in der Union hat und gemäß dem nationalen Recht des Wohnsitzmitgliedstaats das aktive Wahlrecht bei allen Wahlen oder Referenden in den nächsten drei Monaten auf Unionsebene oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene im Mitgliedstaat besitzt, oder (iii) eine in der Union niedergelassene juristische Person, die letztlich nicht im Eigentum oder unter der Kontrolle eines Drittstaatsangehörigen, mit Ausnahme der unter lit. (ii) genannten Drittstaatsangehörigen, oder einer in einem Drittland niedergelassenen juristischen Person steht.

Der Auftraggeber garantiert, dass seine Angaben in der Transparenzerklärung wahr und vollständig sind. Der Auftraggeber garantiert, den Auftragnehmer unverzüglich zu informieren, sobald der Auftraggeber Kenntnis davon erlangt oder es hierfür Anhaltspunkte gibt, dass die Angaben in der Transparenzerklärung ganz oder teilweise unwahr und/oder unvollständig sind. In diesem Fall wird er die Angaben unverzüglich berichtigen oder vervollständigen.

11.2 Kennzeichnungspflicht: Der Auftraggeber verpflichtet sich, das vom Auftragnehmer auszuhängende/auszustrahlende Werbemotiv für die gesamte Dauer des Aushangs/der Ausstrahlung mit folgenden Angaben zu versehen:

a) dass es sich bei der Werbung um eine politische Anzeige handelt;

b) die Identität und Kontaktdaten derjenigen natürlichen oder juristischen Person, in deren Auftrag oder Namen die Werbung ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet wird („Sponsor“), und gegebenenfalls der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert;

c) soweit zutreffend, Angaben zu der Wahl, dem Referendum oder dem Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess, mit dem die Werbung in Zusammenhang steht;

d) soweit zutreffend, eine Erklärung, aus der hervorgeht, dass die Werbung Gegenstand von Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren war.

11.3 Transparenzbekanntmachung: Der Auftraggeber verpflichtet sich, dem Auftragnehmer unverzüglich nach Abschluss des Vertrags alle Informationen einer Transparenzbekanntmachung nach Art. 12 Abs. 1 TTPA in einer geordneten Erklärung schriftlich zu erteilen und selbst diese Erklärung während der gesamten Dauer des gebuchten Aushangs/der gebuchten Ausstrahlung online (erreichbar über einen Link oder einen QR-Code auf der Werbung) für jedermann unmittelbar und leicht lesbar zum Abruf zur Verfügung zu stellen. Die Transbekanntmachung umfasst Folgendes:

a) die Identität des Sponsors und gegebenenfalls der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert, einschließlich des Namens, der E-Mail-Adresse und, sofern veröffentlicht, der Postanschrift sowie, wenn der Sponsor keine natürliche Person ist, der Anschrift des Orts der Niederlassung;

b) die nach Buchstabe a) erforderlichen Informationen über die natürliche oder juristische Person, die für die politische Anzeige eine Vergütung zahlt, wenn diese Person nicht mit dem Sponsor oder der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert, identisch ist;

c) den Zeitraum, in dem die Werbung veröffentlicht, zugestellt oder verbreitet werden soll;

d) die Gesamtbeträge und den Gesamtwert der sonstigen Leistungen, die der Vertragspartner erhalten hat;

e) Informationen darüber, ob die Beträge oder sonstigen Leistungen, die in Buchstabe d) genannt werden, aus öffentlicher oder privater Quelle stammen und ob sie ihren Ursprung innerhalb oder außerhalb der Union haben;

f) die Methode, die für die Berechnung der Beträge und des Werts gemäß Buchstabe d) verwendet wurde;

g) soweit zutreffend, die Angabe der Wahlen oder Referenden oder der Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozesse, mit denen die Werbung in Zusammenhang steht;

h) wenn die Werbung mit bestimmten Wahlen oder Referenden in Zusammenhang steht, Links zu offiziellen Informationen über die Modalitäten der Teilnahme an den betreffenden Wahlen oder Referenden.

11.4 Der Auftraggeber garantiert, alle oben unter Ziffern 11.2 und 11.3 genannten Informationen wahrheitsgemäß und vollständig bereitzustellen und den Auftragnehmer unverzüglich zu informieren, sobald er Kenntnis davon erlangt oder es hierfür

Anhaltspunkte gibt, dass die oben unter Ziffern 11.2 und 11.3 genannten Informationen ganz oder teilweise unwahr und/oder unvollständig sind. In diesem Fall wird er die Informationen unverzüglich berichtigen oder vervollständigen. Im Falle der Nichtbereitstellung oder verspäteten Bereitstellung gilt Ziffer 3.2.

Ziffer 12 Gerichtsstand

Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem Vertrag oder um seine Wirksamkeit ist, soweit gesetzlich zulässig, Köln.

TEIL B – BESONDERE BEDINGUNGEN FÜR DAUERWERBUNG

Die Regelungen dieses Teils B gelten ergänzend zum Teil A dieser AGB ausschließlich für Verträge über Dauerwerbung.

Ziffer B.1 Vertragsverlängerung (Ergänzung Ziffer 3.1)

Soweit im Vertrag nicht anders vereinbart, verlängert sich der vertraglich vereinbarte Werbezeitraum bei Verträgen mit einer Grundlaufzeit von mindestens 12 Monaten um jeweils ein weiteres Jahr, sofern der jeweilige Vertrag nicht sechs Monate vor Ende des jeweiligen Werbezeitraums in Text- oder Schriftform gekündigt wird. Dies gilt nicht für Werbung durch Anzeigen und Beilagen sowie Eventmedien, soweit nicht explizit vereinbart.

Ziffer B.2 Verspäteter tatsächlicher Beginn (Ergänzung zu Ziffer 3.1)

Die nach Ziffer 3.1 aus logistischen und technischen Umständen zulässige Verschiebung des tatsächlichen Beginns kann bei Dauerwerbung bis zu 6 Tage betragen; Vertragsbeginn bleibt das vereinbarte Startdatum. Beginnt die Durchführung einer Dauerwerbung mehr als 6 Tage nach dem vereinbarten Startdatum, ohne dass dies der Auftraggeber zu vertreten hat, beginnt der vertragliche Werbezeitraum erst zu dem vom Auftragnehmer mitgeteilten Termin/Startdatum und erstreckt sich auf die vereinbarte Anzahl an Jahren/Monaten. Dies ist frühestens der Tag, an dem die Dauerwerbung tatsächlich begonnen hat, und spätestens der erste Tag des auf den tatsächlichen Aushang der Werbung folgenden Monats. Der Auftragnehmer wird dem Auftraggeber das neue Startdatum des Vertrags schriftlich mitteilen. Diese Regelung gilt nicht für Anzeigen und Beilagen sowie Eventmedien; für diese gilt im Falle eines verspäteten Beginns ausschließlich Ziffer 10.4.

Ziffer B.3 Technische Kosten (Ergänzung zu Ziffer 5.1)

Soweit im Vertrag nicht anders vereinbart, erfolgt bei Dauerwerbung auch die Produktion und Lieferung des Werbemittels (mit Ausnahme des Werbemittels Werbebeilagen) durch den Auftragnehmer auf Kosten des Auftraggebers und sind Teil der technischen Leistungen gemäß Ziffer 5.1“).

Ziffer B.4 Listenpreise bei Vertrags-verlängerung; Preisänderung (Ergänzung zu Ziffer 9.1)

Verlängert sich der Vertrag nach Ziffer B.2, so gelten ab Beginn der Verlängerung die zum Zeitpunkt der Verlängerung gültigen Listenpreise. Haben sich die Listenpreise im Vergleich zum vorhergehenden Vertragszeitraum um mehr als 10 % erhöht, ist der Auftraggeber berechtigt, den Vertrag ohne Einhaltung einer Frist für die Zukunft zu kündigen, sofern sich der Auftragnehmer nicht zu einer Weiterführung des Vertrags zu den unveränderten Listenpreisen bereit erklärt. Die Kündigung hat in Text- oder Schriftform zu erfolgen und muss dem Auftragnehmer binnen 6 Wochen nach Bekanntgabe der Preisänderung zugehen.

Bei Verträgen mit vereinbartem Startdatum von mehr als 4 Monaten nach Vertragsschluss können die Preise entsprechend eingetretener Kostensteigerungen oder -senkungen, insbesondere bei Materialien für die Herstellung und Montage der Werbemittel, wenn durch diese das Leistungsverhältnis nicht mehr angemessen ist, nach billigem Ermessen angepasst werden.

Ziffer B.5 Rechnungsstellung (Ergänzung zu Ziffer 9.4)

Bei Dauerwerbung erfolgt die Rechnungsstellung quartalsweise vor Beginn des jeweiligen Leistungsquartals. Rechnungsbeträge sind jeweils am 1. Tag des jeweiligen Abrechnungs-/Leistungsquartals bzw. bei Vereinbarung eines anderen Abrechnungs-/Leistungszeitraums am 1. Tag dieses Zeitraums ohne Abzug zahlbar.

Ziffer B.6 Nachbesserung bei Mängeln (Ergänzung zu Ziffer 10.7)

Bei Vorliegen eines Mangels hat der Auftragnehmer ein zweimaliges Recht zur Nachbesserung. Gelingt diese nicht oder aus vom Auftragnehmer zu vertretenden Gründen nicht innerhalb angemessener Frist, so kann der Auftraggeber sich vom Vertrag lösen oder Herabsetzung der Vergütung verlangen. Weitergehende Ansprüche, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen.

Ziffer B.7 Kostentragung bei Fahrzeugwechsel (Ergänzung zu Ziffer 10.11)

Die Kosten für die Übertragung oder Neuanbringung der Werbemittel trägt der Auftraggeber. Bei einem Fahrzeugwechsel innerhalb der ersten 36 Monate des Aushangzeitraums wird ein Teil dieser Kosten vom Auftragnehmer übernommen. Der vom Auftragnehmer übernommene Anteil bestimmt sich nach der folgenden Formel:

$$\frac{(36 - \text{Anzahl bisheriger Aushangmonate}) \times \text{Kosten}}{36}$$

Bei Verträgen mit Full-Servicepreisen trägt der Auftragnehmer die Kosten für die Neuanbringung am Ersatzfahrzeug und die Entfernung der Werbemittel am bisherigen Fahrzeug.

TEIL C – BESONDERE BEDINGUNGEN FÜR KAMPAGNENWERBUNG

Die Regelungen dieses Teils C gelten ergänzend zum Teil A dieser AGB ausschließlich für Verträge über Kampagnenwerbung.

Ziffer C.1 Entschädigungsfreies Rücktrittsrecht bei Plakataushängen

Von Verträgen über Plakataushänge auf den Medienträgern GF, CS, CP, GS/GZ, LS, CLS, PCLP, CLP, CLP-W, ML und KMW kann der Auftraggeber bis 60 Kalendertage vor Beginn des vereinbarten Werbezeitraums (Beginn der Dekade/Woche) durch schriftliche Erklärung entschädigungsfrei zurücktreten.

Ziffer C.2 Rücktrittsrecht bei Elektronischen Medien / DOOH

Von Verträgen über Medialeistungen auf Elektronischen Medien / DOOH kann der Auftraggeber bis einen Kalendertag vor Beginn des vereinbarten Werbezeitraums (Schaltungsbeginn) durch schriftliche Erklärung zurücktreten. In diesem Fall ist der Auftragnehmer berechtigt, eine pauschale Entschädigung zu verlangen. Diese Entschädigung beträgt bei einem Rücktritt bis 8 Wochen vor Schaltungsbeginn 5 %, bei einem Rücktritt bis 4 Wochen vor Schaltungsbeginn 10 % und bei einem Rücktritt bis einen Tag vor Schaltungsbeginn 25 % der gebuchten Brutto-Medialeistung. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines geringeren Schadens vorbehalten. Der Entschädigungsbetrag ermäßigt sich dann entsprechend.

Ziffer C.3 Dekadenrhythmus bei Plakatmedien

Bei Plakatmedienwerbung erfolgt die Plakatierung für LS, GS und GF im Dekadenrhythmus. Die Dekaden 01, 33 und 34 umfassen aufgrund des Jahreswechsels gegebenenfalls 14 Kalendertage und werden dem Auftraggeber nur mit 11 Kalendertagen berechnet. Plakatierungsausfälle in diesen Dekaden von bis zu 3 Tagen werden dem Auftraggeber nicht erstattet.

Ziffer C.4 Technische Kosten bei Plakatmedien (Ergänzung zu Ziffer 5.1)

Bei Kampagnenwerbung gilt abweichend von Ziffer 5.1 nur für die Mediengattung Plakatmedien, dass – soweit nicht anders vereinbart – auch die Pflege, Ausbesserung und Erneuerung beschädigter Aushänge während der vereinbarten Aushangzeit durch den Auftragnehmer durchgeführt wird, ohne dass die technischen Kosten hierfür dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt werden. Die Produktion der Werbemittel erfolgt bei Kampagnenwerbung nur so weit dies gesondert vereinbart ist durch den Auftragnehmer und wird in diesem Fall dem Auftraggeber in Rechnung gestellt.

Ziffer C.5 Rechnungsstellung im Voraus (Ergänzung zu Ziffer 9.4)

Bei Kampagnenwerbung werden alle Zahlungen vor Beginn der Werbemaßnahme bzw. – falls im Vertrag ausdrücklich vereinbart – in Ratenzahlungen zu den im Vertrag festgelegten Terminen fällig.

Ziffer C.6 Kostentragung bei Fahrzeugwechsel (Ergänzung zu Ziffer 10.11)

Die Kosten für die Übertragung oder Neuanbringung der Werbemittel trägt grundsätzlich der Auftraggeber. Bei einem Fahrzeugwechsel innerhalb des Werbezeitraums (im Folgenden auch WZ und Wochen = Wo.) wird ein Teil dieser Kosten vom Auftragnehmer übernommen. Der vom Auftragnehmer übernommene Anteil bestimmt sich nach der folgenden Formel:

$$\frac{(\text{Anzahl Wo. WZ.} - \text{Anz. bisheriger Wo.}) \times \text{Kosten}}{\text{Anzahl Wo. WZ}}$$

Wurde die Kampagne als Full-Service-Leistung beauftragt (vgl. Ziffer 5.3), trägt der Auftragnehmer die Kosten der Übertragung/Neuanbringung vollständig.

Stand: Oktober 2026