

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Kampagnenwerbung

Ziffer 1 Vertragsgegenstand

- 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 Werbeträgern, Werbung durch Anzeigen und Beilagen (inkl. Prospekte/Broschüren) und Werbung mit Eventmedien (d.h. Durchführung von Direktwerbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen auf dem Publikumsverkehr geöffneten Flächen wie z.B. Bahnhöfen, Einkaufszentren und Fußgängerzonen) mit einer meist in Wochen oder Dekaden bemessenen Grundlaufzeit von in der Regel weniger als 6 Monaten („*Kampagnenwerbung*“).
- 1.2 Die Kampagnenwerbung 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 (im Folgenden „*Standortinhaber*“) erhalten hat.
- 1.3 Werbeträger im Bereich **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 Werbeträger 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 Werbeträger 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)
 - Kulturmedienwerbeträger (KMW): Werbeflächen zur Anbringung von Kultur- und Veranstaltungswerbungen (Litfaßsäulen, Kulturposter/Moskito, Flächenplakatierung/Bauzaun, Allgemeinanschlag Bahnhof, A1 Plakate Bahnhof Kultursäule und Dreieckständer)

1.4 Werbeträger im Bereich **Elektronische Medien / Public Video** sind insbesondere:

- Public Video Infoscreen / Infoscreen
- Public Video Station / Station Video
- Public Video Mall / Mall Video
- Public Video Roadside / Roadside Screen
- Public Video Giant / Super Motion / Mega Vision / Digital Dream
- Public Video City / Cityscreen
- Public Video Retail
- Public Video Train / Fahrgastfernsehen
- Public Video Scene / Edgar Art Screen
- Public Video Cinema / Cinema Channel

1.5 Werbeträger des Bereichs **Verkehrsmitteln** 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

1.6 Werbeträger des Bereichs **Stationsmedien** sind z.B. 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
- Bahnhofsdominanz

1.7 Je nach vertraglicher Vereinbarung beinhaltet der Vertrag über die Kampagnenwerbung den Aushang, die Auslage bzw. die Ausstrahlung des Werbemittels bzw. Durchführung von anderweitigen Werbemaßnahmen während des vereinbarten Werbezeitraums („*Medialeistung*“) sowie soweit vereinbart noch weitere Leistungen wie, die Herstellung, Wartung und Demontage der Werbemittel nach Ablauf des Werbezeitraums sowie ggfs. die Einholung erforderlicher Genehmigungen durch den Auftragnehmer (zusammen „*technische Leistungen*“ bzw. „*technische Kosten*“) und/oder die Erstellung von Werbemotiven („*Kreativleistung*“).

1.8 Weiterhin sind die jeweiligen Produktdatenblätter und/oder individuell schriftlich mitgeteilten Informationen (zusammen im Folgenden „*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 ggfs. Lieferfristen und Lieferorte sowie Abnahme-/ und Freigabefristen. Der Auftraggeber erhält diese Produktinformationen spätestens mit der Auftragsbestätigung des Auftragnehmers. Die Produktdatenblätter für Standard-Produkte der Bereiche Plakatmedien und Elektronische Medien/Public Video sind ebenfalls unter <https://www.stroeer-direkt.de/beratung-kontakt/downloads.html> 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 Kampagnenwerbung 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 werbungtreibenden Unternehmens („*Werbungtreibender*“) erfolgen sollen, ist dies ausdrücklich bei der Auftragserteilung mitzuteilen. In beiden Fällen tritt Agentur/Mittler mit Vertragsschluss seine Ansprüche gegen den Werbungtreibenden aus dem zwischen Agentur/Mittler und dem Werbungtreibenden 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 Werbungtreibenden zu enthalten. Nach Auftragsbestätigung hat der Auftraggeber eine digitale Motivvorlage sowie die geforderten Informationen und Unterlagen entsprechend der jeweiligen Produktinformationen für den gebuchten Werbeträger 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/genannten Werbungtreibenden 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/Werbungtreibenden 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 Kampagnenwerbung 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 vereinbarten Aushangbeginn ein rechtmäßiges Alternativmotiv vorlegt. Die Fristlänge richtet sich hierbei nach dem jeweiligen Produkt und den damit einhergehenden Mindest-Vorlaufzeiten. Entstehen während der Durchführung der Kampagnenwerbung 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 Kampagnenwerbung 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 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 Kampagnenwerbung in ein bestimmtes werblich-redaktionelles Umfeld, auf bestimmte Werbeträgerstandorte bzw. bei Verkehrsmitteln auf bestimmte Linien- oder Streckenführungen sowie auf eine bestimmte Platzierung/Verteilung von Werbeträgern innerhalb eines Verbrauchermarktes.
- 2.8 Die Durchführung von Kampagnenwerbung kann der Zustimmung des Standortinhabers der Werbefläche unterliegen. Diese Zustimmung wird vom Auftragnehmer eingeholt. Der Auftraggeber stellt dafür auf Anforderung des Auftragnehmers einen Entwurf der geplanten Werbung sowie ggfs. alle weiterhin benötigten (technischen) Unterlagen zur Verfügung. 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 Kampagnenwerbung 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 Werbeschaltung durch den Standortinhaber oder die Behörden zu.
- 2.10 Von Verträgen über Plakataushänge auf den Werbeträgern 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.
- 2.11 Von Verträgen über Medialeistungen auf **Elektronischen Medien / Public Video** 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 einem Tag vor Schaltungsbeginn 25% der gebuchten Brutto-Medialeistung. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines geringen Schadens vorbehalten. Der Entschädigungsbetrag ermäßigt sich dann entsprechend.

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. Dies gilt auch dann, wenn die Kampagnenwerbung 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 (vereinbarter Aushangbeginn an einem Sonn- oder Feiertag, fester Plakatierungsrhythmus, Abstimmung mit dem Verkehrsbetrieb etc.) kann der tatsächliche Beginn der Kampagnenwerbung geringe Zeiträume früher oder später als vereinbart beginnen oder enden. Kompensationsansprüche aus diesem Grund bestehen weder für den Auftragnehmer noch für den Auftraggeber. Sollte kein Startdatum vereinbart worden sein, beginnt die Vertragslaufzeit an dem Kalendertag, an dem die Kampagnenwerbung tatsächlich beginnt, spätestens jedoch

an dem Kalendertag, an dem die Kampagnenwerbung ohne Verzug des Auftraggebers mit von ihm gemäß Produktinformationen zu liefernden Unterlagen/Informationen/Werbemitteln hätte beginnen können.

- 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 Mehraufwendungen hat der Auftragnehmer sich anrechnen zu lassen.
- 3.3 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.
- 3.4 Bei Werbeschaltungen auf **Elektronischen Medien / Public Video** kann Auftragnehmer keine absolut gleichmäßige Verteilung des gebuchten Volumens über den gesamten Werbezeitraum gewährleisten. Das vertragliche Gesamtvolumen wird jedoch gewährleistet.
- 3.5 Der Auftragnehmer ist berechtigt, den Vertrag ohne Einhaltung einer Frist zu kündigen, wenn (i) für betroffene Werbeträger erforderliche behördliche Genehmigungen nicht erteilt wurden, (ii) bereits erteilte behördliche Genehmigungen widerrufen wurden, (iii) der Werbeträger aus städtebaulichen oder sonstigen, vom Auftragnehmer nicht zu vertretenden Gründen abgebaut werden muss, (iv) zuständige Aufsichtsbehörden oder der Standortinhaber die Kampagnenwerbung während der Vertragslaufzeit ganz oder teilweise untersagen oder (v) der Vertrag mit dem Standortinhaber über die Nutzung der Werbefläche („*Werberechtsvertrag*“) vorzeitig endet. Er wird die jeweiligen Umstände dem Auftraggeber unverzüglich mitteilen und die bereits gezahlte Vergütung für den ausgefallenen Werbezeitraum anteilig erstatten. Darüberhinausgehende 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.

Ziffer 4 Konkurrenzausschluss

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

Ziffer 5 Technische Leistungen/technische Kosten

5.1 Soweit im Vertrag nicht anders vereinbart, erfolgt die Montage und Demontage des Werbemittels durch den Auftragnehmer auf Kosten des Auftraggebers. Gleiches gilt bei Austausch oder Änderung des Werbemittels während des Werbezeitraums. Soweit vertraglich vereinbart produziert der Auftragnehmer ebenfalls das Werbemittel auf Kosten des Auftraggebers. Dies sind die technischen Leistungen. Das hierfür zu zahlende Entgelt nennt sich technische Kosten.

5.2 Bei Verträgen über Kampagnenwerbung im Bereich **Plakatmedien** werden soweit nicht anders vereinbart die Anbringung, Pflege, Ausbesserung und Erneuerung beschädigter Aushänge während der vereinbarten Aushangzeit durch den Auftragnehmer durchgeführt, ohne dass die technischen Kosten hierfür dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt werden. Die Produktion der Werbemittel wird ggfs. gesondert vereinbart und in Rechnung gestellt. Eine Abdeckung von Plakaten nach Kampagnenende erfolgt erst mit Beginn eines Folgeauftrags, der sich nicht zwingend unmittelbar an die Laufzeit der Kampagne des Auftraggebers anschließt. Kosten für vom Auftraggeber explizit zu einem Termin beauftragte Abdeckung von Plakaten (z.B. zum Kampagnenende bzw. bei vorzeitiger Aushangbeendigung auf Wunsch des Auftraggebers) werden dem Auftraggeber jedoch zusätzlich in Rechnung gestellt. Dies gilt auch für Abdeckungskosten und sämtliche andere Kosten, die bei einer vom Auftraggeber zu vertretenden vorzeitigen Vertragsbeendigung/Abdeckung durch den Auftragnehmer entstehen. Ein Vertretenmüssen des Auftragnehmers liegt insbesondere dann vor, wenn aufgrund des Motives bzw. des Werbungtreibenden öffentliche Stellen (Gerichte/Behörden) die vorzeitige Beendigung anordnen (Verwaltungsakt/Einstweilige Verfügung etc.) oder private Dritte rechtlich berechnigte (z.B. wettbewerbsrechtliche) Ansprüche auf Unterlassung/vorzeitige Beendigung gegenüber dem Auftragnehmer geltend machen.

5.3 Bei Verträgen über Kampagnenwerbung in den Bereichen **Elektronische Medien / Public Video, Verkehrsmedien, Eventmedien, Anzeigen- und Beilagen** und **Stationsmedien** werden die technischen Kosten für die technischen Leistungen wie Herstellung, Anbringung und Entfernung der Werbemittel sowie diesbezügliche Nebenkosten (wie z.B. Bereitstellungsgebühren für das zeitweilige Außerdienststellen und die Vorbereitung von Fahrzeugen zur Anbringung/Entfernung der Werbemittel, die Anpassung angelieferter Reproduktionsunterlagen bei Public

Video/Elektronischen Medien), ggfs. soweit beauftragt Austausch/Ausbesserung vom Auftraggeber gesondert getragen und vom Auftragnehmer gesondert in Rechnung gestellt.

5.4 Im Rahmen von Verträgen, bei denen so genannte Full-Servicepreise vereinbart sind, werden die technischen Kosten für die einmalige Herstellung, Anbringung und Entfernung der Werbemittel (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-Servicepreisen 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 ggfs. erteilter laufzeitbedingter Preisnachlass. Der Auftragnehmer ist dann dazu berechnigt, 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 zusätzlich 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 dem jeweiligen

- Produktdatenblatt 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** 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 Farbtuschen 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 Belegnummern. 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, ist der Auftraggeber bei der Durchführung der Werbung bzw. Montage/Demontage der Werbemittel dafür verantwortlich, sämtlich behördliche Vorgaben (z.B. Hygiene- und Brandschutzvorgaben), Vorgaben des Standortinhabers und Vorgaben vom Auftragnehmer sowie sämtliche gesetzliche, berufsgenossenschaftliche oder sonstige Sicherheitsvorschriften einzuhalten. Soweit nicht anders vereinbart, ist der Auftraggeber in diesen Fällen ebenfalls für die Überwachung sowie die Erhaltung – erforderlichenfalls Auswechslung/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 Kampagnenwerbung noch nutzbar sind (Big Banner, Spezialanfertigungen im Bereich Eventmedien etc.), (ii) vom Auftraggeber gelieferter 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, Warenkörbe 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 Kampagnenwerbung ursprünglich vereinbarten Konditionen, berechnet auf den Zeitraum zwischen vereinbartem Werbezeitraumende bis zur tatsächlichen Beendigung der Kampagnenwerbung. Der Nachweis eines geringeren bzw. höheren Schadens bleiben 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 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 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 (im Folgenden "*Kreativleistungen*") entsprechend der mit dem Auftraggeber abgesprochenen Vorgaben („*Briefing*") und unter Nutzung der vom Auftraggeber ggfs. bereitgestellten Vorarbeiten, wie beispielsweise Skizzen, Dokumente, Logos, Bilder, Texte oder andere Materialien, die bei der Erstellung einer Kreativleistung verwendet werden (im Folgenden „*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 Baustein 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 andere Schutzrechten 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 Kampagnenwerbung 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 vorbenannten „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 darüberhinausgehendes 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. 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.

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 Soweit nicht vertraglich anders vereinbart, erfolgt die Rechnungsstellung vor dem Start der Kampagnenwerbung im Voraus. Rechnungsbeträge sind jeweils zum 1. Tag des vereinbarten Kampagnenzeitraums ohne Abzug zahlbar. Für die Rechtzeitigkeit der Zahlung ist der Tag des Geldeinganges entscheidend. Der Auftragnehmer behält sich vor, Rechnungen elektronisch an den Auftraggeber zu versenden.

9.5 Bei Verzug des Auftraggebers mit Zahlungsverpflichtungen 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 offener 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 Im Falle einer Nicht- bzw. Schlechtausführung, Verzögerung, Unterbrechung oder vorzeitigen Beendigung einer Kampagnenwerbung durch den Auftragnehmer sowohl aus Gründen, die er 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 Werbeträgertyps an dem gebuchten Standort beendet werden muss, wird der Auftragnehmer dem Auftraggeber für die ausgefallene Zeit eine Ersatzwerbung (nach Wahl des Auftragnehmers entweder zeitliche Verlängerung oder eine Ersatzwerbefläche für den gleichen Zeitraum) anbieten oder falls der Werbezweck hierdurch nicht erreicht werden kann, die bereits gezahlte Vergütung für den nicht durchgeführten

Werbezeitraum zurückerstatten. Darüberhinausgehende Rechte und Ersatzansprüche, insbesondere bezüglich weiterer nicht betroffener Werbeträger/-Maßnahmen der Kampagne sind ausgeschlossen. Bei Umrüstung eines Werbeträgers von statisch auf Wechsler-Mechanismus, gilt der Verbleib der Werbung auf dem Wechsler als gleichwertige Ersatzwerbung.

- 10.5 Der Vertrag über Kampagnenwerbung 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 darüberhinausgehender Ansprüche bleibt dem Auftragnehmer vorbehalten.

Gleiches gilt, sofern der Vertrag über Kampagnenwerbung vor Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit aufgrund vom Auftraggeber zu vertretenden Gründen durch den Auftragnehmer gekündigt wird - z.B. bei Zahlungsverzug des Auftraggebers, Nichterfüllung der Mitwirkungspflichten durch den Auftraggeber, aufgrund des Motivs/Werbungtreibenden 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 Kampagnenwerbung auf elektronischen Medien / Public Video 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 Werbeträgern bis 1 Woche nach Beendigung unter Beifügung sämtlicher für die Prüfung der Mängelrüge erforderlicher Unterlagen anzuzeigen.

- 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 Kampagnenwerbung, die eigenständig vom Auftraggeber durchgeführt werden 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 **Plakatmedien** bleibt ein gleichwertiger Austausch bzw. eine Reduzierung von beauftragten Aushängen aus Gründen, die der Auftragnehmer nicht zu vertreten hat (z.B. Streik, höhere Gewalt, Bau-/Abrissmaßnahmen, die von öffentlichen Einrichtungen durchgeführt oder verfügt oder vom Eigentümer des Werbeträgerstandortes durchgeführt werden, nicht nur vorübergehende Nichterreichbarkeit des Werbeträgers) bis zu einem Umfang von bis zu 1,75% der beauftragten Aushänge vor und nach Beginn des Aushangzeitraums vorbehalten. Bei Beauftragung von City-Light-Poster und Allgemeinanschlagsaushängen im Netz (Netzbuchungen) kann es zu Über- oder Unterschreitungen von bis zu 3% bei der Anzahl von Aushängen innerhalb eines Netzes kommen. Diese Abweichungen begründen weder für den Auftragnehmer noch für den Auftraggeber Kompensationsansprüche.

- 10.11 Wird bei Kampagnenwerbung an oder in **Verkehrsmitteln** ein bereits mit Werbemitteln versehenes Fahrzeug dauerhaft außer Dienst gestellt oder in ein anderes Einsatzgebiet verlegt, wird die Kampagnenwerbung auf einem Ersatzfahrzeug weitergeführt. Die Kosten für die Übertragung oder Neuanbringung der Werbemittel wird je nach Gesamtlaufzeit zwischen den Parteien aufgeteilt. Der vom Auftragnehmer übernommene Anteil bestimmt sich nach der folgenden Formel:

$$\frac{(\text{Anzahl Wochen Werbezeitraum} - \text{Anzahl bisheriger Wochen}) \times \text{Kosten}}{\text{Anzahl Wochen Werbezeitraum}}$$

Bei Verträgen mit Full-Servicepreisen trägt der Auftragnehmer die Kosten für die Neuanbringung am Ersatzfahrzeug und die Entfernung der Werbemittel am bisherigen Fahrzeug. Sofern kein Ersatzfahrzeug zur Verfügung gestellt werden kann, ist der Auftragnehmer berechtigt, den Vertrag betreffend der von der Außerbetriebsetzung betroffenen Kampagnenwerbung mit Wirkung zum Tage der Außerbetriebsetzung zu kündigen. Die ggfs. bestehende Verpflichtung des Auftraggebers zur Neutralisierung des Fahrzeuges bleibt hiervon unberührt.

10.12 Bei der Festsetzung der Preise für Kampagnenwerbung in und an **Verkehrsmitteln** ist bereits berücksichtigt, dass Fahrzeuge aus betrieblichen Gründen (z.B. Fahrplanänderungen an Wochenenden und zu Ferienzeiten, Reparaturen, Wartungsarbeiten, Hauptuntersuchungen) vorübergehend 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 erhält der Auftraggeber 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 Kampagnenwerbung für den Auftraggeber nicht zumutbar sein, wird der Auftragnehmer gleichwertige Ersatzflächen anbieten. Hinsichtlich der Kostentragung für eine etwaige Neuanbringung gilt Ziffer 10.11 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 gegenüber dem Auftragnehmer abzugeben. Die Transparenzerklärung muss insbesondere die nachfolgenden Punkte umfassen:

- a) ob und inwiefern 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 in dem 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 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 erteilen und selbst diese Erklärung während der gesamten Dauer des gebuchten Aushangs/Ausstrahlung online (erreichbar über einen Link oder einen QR-Code) für jedermann unmittelbar und leicht lesbar zum Abruf zur Verfügung zu stellen. Das 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.

Stand: Oktober 2025