

## UNSERE ALLGEMEINEN GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

### 1. Vertragspartner

Vertragspartner ist die InteractiveMedia CCSP GmbH, T-Online-Allee 1, 64295 Darmstadt (im folgenden InteractiveMedia genannt) .

Auftraggeber sind natürliche oder juristische Personen, die in Ausübung einer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handeln. Hierzu zählen auch Werbeagenturen.

### 2. Vertragsgegenstand

#### 2.2 Verträge mit InteractiveMedia auf dem InteractiveMedia Portfolio

2.2.1 Vertragsgegenstand ist die Vermittlung von Werbeflächen, zur Schaltung, Einstellung und Ausstrahlung von Werbemitteln auf den dafür vorgesehenen Werbeträgern, gemäß Auftragsformular auf dem InteractiveMedia Portfolio (einsehbar unter: <http://www.interactivemedia.net/>) .

Diese sind beispielsweise Websites, mobiles Internet oder IPTV- Advertising.

2.2.2 Darüber hinaus bietet InteractiveMedia die Durchführung von Permission Marketing Maßnahmen (im Folgenden „permission based Marketing“ genannt) z.B. mobiles Direktmarketing an.

#### 2.3 Verträge mit InteractiveMedia auf Drittinventar

2.3.1 InteractiveMedia bietet darüber hinaus Buchungsmöglichkeiten auf Drittinventar an, die insbesondere performance-basiert sind (wie beispielsweise TKP, CPC, CPL, CPO Buchungen). Bei dem Drittinventar handelt es sich um Werbeträger, die nicht unter das InteractiveMedia Portfolio fallen. InteractiveMedia nimmt eine sorgfältige Auswahl geeigneter Partner für Werbebuchungen auf dem Drittinventar vor.

2.3.2 Werbebuchungen auf Drittinventar sowie dessen Leistungsumfang werden einvernehmlich auf dem Auftragsformular festgelegt.

2.3.2 Soweit nicht abweichendes im Werbevertrag vereinbart ist, entscheidet InteractiveMedia nach eigenem, freiem Ermessen, auf welchen Webträgern die Werbemittel auf dem Drittinventar platziert werden. Es besteht daher kein Anspruch des Auftraggebers auf eine bestimmte Platzierung oder auf ein bestimmtes Mediavolumen auf einem bestimmten Werbeträger. InteractiveMedia wird die Belange des Auftraggebers jedoch angemessen berücksichtigen. InteractiveMedia ist dazu berechtigt, Werbeschaltungen aus redaktionellen oder sonstigen Gründen zurückzuweisen.

2.3.3 Interactive Media wird hierbei keinen Werbeplatz auf Webträger buchen, die thematisch ausschließlich oder überwiegend folgendes Material beinhalten: sexuell eindeutige, anstößige Inhalte, Gewaltdarstellungen, diskriminierenden Aussagen oder Darstellungen hinsichtlich Rasse, Geschlecht, Religion, Nationalität, Behinderung, sexueller Neigungen oder Alter, und radikale politische Inhalte.

2.4 Ferner erstellt InteractiveMedia zum Zwecke der Vermarktung und Werbung für ihre Geschäftstätigkeit, Dienstleistungen oder Produkte (z.B. von Online-, Mobile-Advertising und/oder IPTV Media Angebote) Verkaufsunterlagen, wie beispielsweise Mediadaten, Market Reports, Case-Study-Booklets, Mailing-Aktionen, Präsentationsunterlagen oder Showcases.

Hierzu werden Beispielwerbemittel und -animationen (z.B. „Banner“, „Pop-ups“, „Video Ads“) verwendet und können im Internet (z.B. auf [www.interactivemedia.net](http://www.interactivemedia.net)) eingebunden werden. Ferner kann die Verbreitung als Printbroschüre auf Roadshows, Fachmessen und Vertriebsveranstaltungen, auf digitalen Datenträgern, in Werbefilmen, sowie im InteractiveMedia Newsletter oder im Rahmen von Vorträgen, Präsentation oder sonstigen Mailing-Aktionen erfolgen.

Ebenso ist die Nutzung für die Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Pressemeldungen, Hintergrundartikel und Interviews) möglich (sämtliche Maßnahmen im Folgenden gemeinsam „Eigenwerbung“ genannt). Der Auftraggeber räumt InteractiveMedia nach Ziffer 7.2 die hierfür erforderlichen Rechte ein.

2.5 Für alle Verträge gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) sowie die mit der jeweiligen Auftragnehmerin vereinbarten Preise für die jeweils gebuchte Werbefläche. Etwaige Sondervereinbarungen ergeben sich aus den einzelnen Aufträgen.

AGB des Auftraggebers werden nicht Vertragsinhalt. Das gilt auch für den Fall, dass den AGB des Auftraggebers Angebotsaufforderungen, Bestellungen, Annahmeerklärungen usw. beigefügt werden und diesen nicht durch die jeweilige Auftragnehmerin widersprochen wird.

2.6 Zusicherungen von Eigenschaften, spezielle Leistungsbedingungen, mündliche Absprachen, durch welche diese AGB abgeändert werden oder neben- oder nachvertragliche Vertragsabsprachen werden nur wirksam, wenn sie schriftlich von der jeweiligen Auftragnehmerin bestätigt werden.

### 3. Vertragsschluss

Die Auftragserteilung bedarf der Schriftform. Der Vertrag kommt mit der Bestätigung des seitens des Auftraggebers unterschriebenen Werbeauftrags durch die InteractiveMedia zustande. Die InteractiveMedia behält sich das Recht vor, den Abschluss eines Vertrages ohne Angaben von Gründen abzulehnen.

### 4 Aufträge von Agenturen

4.1 Aufträge von Agenturen werden nur für namentlich benannte Werbetreibende angenommen. Die Werbung für Produkte oder Dienstleistungen eines anderen als des angegebenen Auftraggebers bedarf in jedem Fall der vorherigen Zustimmung der jeweiligen Auftragnehmerin.

4.2 Auf Anfrage hat die Agentur der jeweiligen Auftragnehmerin ihre Beauftragung nachzuweisen.

### 5 Rechte und Pflichten des Auftraggebers

5.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, die vereinbarten Werbemittel innerhalb der im Werbeauftrag vereinbarten Zeit, spätestens drei Werktagen vor Schaltungsbeginn in dem vereinbarten Format zu

übermitteln. Die Werbemittel sind frei von Viren oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Die Versandkosten trägt der Auftraggeber.

5.2 Die jeweilige Auftragnehmerin ermöglicht dem Auftraggeber, bei gesonderter Vereinbarung in dem Werbeauftrag, zur Auslieferung der Werbemittel einen sog. externen AdServer einzubinden. Der Auftraggeber ist in diesem Fall verpflichtet, die Redirect-Tags (Link-URL, Werbemittelaufruf) innerhalb der im Werbeauftrag vereinbarten Zeit, spätestens jedoch 3 Werkzeuge vor der Schaltung in der vereinbarten Form zu übermitteln. Der Auftraggeber garantiert die Funktionalität der Redirects ab dem Zeitpunkt der Übermittlung an die jeweilige Auftragnehmerin.

5.3 Der Auftraggeber garantiert im Fall des Einsatzes eines externen AdServers dessen volle und ordnungsgemäße Funktionalität, so dass eine ordnungsgemäße Durchführungen von Werbeaufträgen gewährleistet ist.

5.4 Der Auftraggeber sichert zu, kein Targeting und/oder Capping einzusetzen. Die Targeting-Einstellungen werden ausschließlich über den AdServer der jeweiligen Auftragnehmerin gesteuert.

5.5 Es ist dem Auftraggeber ausdrücklich untersagt, Cookies zu setzen, die nicht ausschließlich zur technisch absolut notwendigen Auslieferungsmechanik des genutzten AdServers gehören, um eine Werbemittelauslieferung über den AdServer sicher zu stellen. D.h. es dürfen nur Cookies ohne Targeting-, Capping- und User Informationen gesetzt werden.

5.6 Soweit der Auftraggeber durch Verwendung von Cookies oder Zählpixel Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten (Mobile und/oder Internet) der Auftragnehmerin gewinnt oder sammelt, sichert der Auftraggeber zu, bei der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die anwendbaren datenschutzrechtlichen Regelungen einzuhalten.

5.7 Informationen über den Nutzer der Websites, die sich aus einer Targeting-Werbeschaltung unwillkürlich ergeben, dürfen in keinem Fall von dem Auftraggeber über den Kampagnenzeitraum hinaus weiter verwendet werden.

5.8 Für jeden schuldhaften Verstoß gegen die Verpflichtung in Ziff. 5.4 bis 5.7 zahlt der Auftraggeber eine Vertragsstrafe in Höhe des Auftragswertes, aus dem die unzulässige Datensammlung stammt. Etwaige weitergehende Schadensersatzansprüche bleiben unberührt.

5.9 Kommt der Auftraggeber seiner Pflicht zur rechtzeitigen Lieferung der Werbemittel nicht nach oder liefert der Auftraggeber die vereinbarten Werbemittel nicht im vereinbarten Format, so entbindet das den Auftraggeber nicht von seiner Zahlungsverpflichtung. Mehrkosten, die wegen der verspäteten Lieferung oder aufgrund des nicht vereinbarten Formats anfallen, sind von dem Auftraggeber zu tragen.

5.10 Der Auftraggeber hat unverzüglich nach der ersten Schaltung des Werbemittels auf Websites, Teletext-Seiten (Teletext-Werbeflächen) oder auf mobilen Internetseiten zu prüfen, ob das Werbemittel mangelfrei veröffentlicht ist. Erkennbare Mängel sind innerhalb von drei (3) Werktagen nach Schaltung des Werbemittels schriftlich, auch per E-Mail, zu rügen. Nach Ablauf dieser Frist gilt das Werbemittel als genehmigt.

5.11 Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels auf Websites, Teletext-Seiten oder auf mobilen Internetseiten und rechtzeitiger Rüge durch den Auftraggeber hat der Auftraggeber einen

Anspruch auf Nachbesserung oder Schaltung eines einwandfreien Ersatzwerbemittels, sofern er dieses der jeweiligen Auftragnehmerin unverzüglich zur Verfügung stellt.

5.12 Bei der Einstellung eines Werbemittels des Auftraggebers in das Shopping-Portal hat der Auftraggeber sicherzustellen, dass das in dem Werbemittel dargestellte Shopping-Angebot für die Nutzer dauerhaft erreichbar ist. Sollte dies nicht der Fall sein, kann die Anbindung des Werbemittels des Auftraggebers für die Dauer der Nichterreichbarkeit aufgehoben werden.

5.13 Der Auftraggeber hat seine Shopping-Angebote so zu gestalten, dass Nutzer des Shopping-Portals online Bestellungen der in dem Shopping-Angebot dargestellten Produkte vornehmen können und er hat dafür Sorge zu tragen, dass die angebotenen Produkte in ausreichender Anzahl zur Verfügung stehen.

5.14 Die jeweilige Auftragnehmerin ermöglicht dem Auftraggeber im Rahmen ihrer technischen Möglichkeiten während der Durchführung des Werbeauftrags einen Zugriff auf die Kampagnendaten.

5.15 Der Auftraggeber ist für die Rechtmäßigkeit der Inhalte, der von ihm bereitgestellten Werbemittel sowie für solche Inhalte, auf die verlinkt wird, verantwortlich. Die Rechtmäßigkeit ist nach deutschem Recht zu bestimmen. Ergeben sich jedoch Anhaltspunkte dafür, dass die Inhalte auch den Bestimmungen einer oder mehrerer anderer Rechtsordnungen unterliegen (insbesondere aufgrund ihrer Sprache oder bei Bestimmung für andere Staaten), bestimmt sich die Rechtmäßigkeit auch nach diesen anderen Rechtsordnungen.

Die Inhalte dürfen nicht gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen.

5.15.1 Insbesondere wird der Auftraggeber keine Inhalte liefern, anbieten, hierzu Zugang verschaffen oder für Inhalte werben, die gegen die Bestimmungen des Strafgesetzbuches (StGB), das Jugendschutzrecht verstoßen oder die

- i. S. d. §§ 130, 130a und 131 StGB der Volksverhetzung dienen, zu Straftaten anleiten oder Gewalt verherrlichen oder verharmlosen.
- Kinder oder Jugendliche in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung darstellen; dies gilt auch bei virtuellen Darstellungen.
- pornografisch sind und Gewalttätigkeiten, den sexuellen Missbrauch von Kindern oder Jugendlichen oder sexuelle Handlungen von Menschen mit Tieren zum Gegenstand haben; dies gilt auch bei virtuellen Darstellungen.
- in den Teilen B und D der Liste nach § 18 Jugenschutzgesetz (JuSchG) aufgenommen sind oder mit einem in der Liste aufgenommenen Werk ganz oder im Wesentlichen inhaltsgleich sind (absolutes Verbot i. S. d. § 4 Abs. 1 Jugendmedienstaatsvertrages (JMStV)).

5.15.2 Der Auftraggeber wird außerdem Inhalte, die

- in sonstiger Weise pornografisch sind,
- in den Teilen A und C der Liste nach § 18 JuSchG aufgenommen sind oder mit einem in dieser Liste aufgenommenen Werk ganz oder im Wesentlichen inhaltsgleich sind, oder
- offensichtlich geeignet sind, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen oder ihre Erziehung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit unter Berücksichtigung der besonderen Wirkungsform des Verbreitungsmediums schwer zu gefährden (relatives Verbot i. S. d. § 4 Abs. 2 JMStV) nur liefern, anbieten, hierzu Zugang verschaffen oder bewerben, wenn er sicherstellt, dass sie nur Erwachsenen zugänglich gemacht werden (geschlossene Benutzergruppe). Diese Voraussetzung wird derzeit nur für solche Inhalte als erfüllt betrachtet, die in einer geschlossenen Benutzergruppe

angeboten werden oder auf die von der geschlossenen Benutzergruppe verlinkt wird. Das Zugänglichmachen entsprechender Inhalte in anderen Bereichen bedarf einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung zwischen den Parteien, zu deren Abschluss der Auftraggeber unaufgefordert an die Auftragnehmerin herantreten wird.

5.15.3 Inhalte, die geeignet sind, die Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen, insbesondere solche, die nach dem JuSchG für Kinder oder Jugendliche der jeweiligen Altersstufe nicht freigegeben sind oder die im Wesentlichen inhaltsgleich sind mit Angeboten, die nach dem JuSchG für Kinder oder Jugendliche der jeweiligen Altersstufe nicht freigegeben sind (relatives Verbot i. S. d. § 5 Abs. 1, 2 JMStV), wird der Auftraggeber nur anbieten, wenn er durch technische Mittel die Wahrnehmung des Angebotes durch Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe unmöglich macht oder wesentlich erschwert. Das Angebot entsprechender Inhalte ist der Auftragnehmerin vorab schriftlich anzuzeigen und darf nur erfolgen, wenn die Auftragnehmerin nicht binnen 10 Werktagen widerspricht.

5.15.4 Der Auftraggeber hat seine Inhalte und seine verlinkten Inhalte i. S. d. § 12 JMStV zu kennzeichnen und die Werbegestaltungsvorgaben des § 6 JMStV einzuhalten.

5.15.5 Der Auftraggeber hat seine Inhalte und seine verlinkten Inhalte gemäß § 11 Abs.1 JMStV für ein als geeignet anerkanntes Jugendschutzprogramm zu programmieren.

5.15.6 Weiterhin sind

- die nationalen und internationalen Urheber- und Marken-, Patent-, Namens- und Kennzeichenrechte sowie die sonstigen gewerblichen Schutzrechte und Persönlichkeitsrechte Dritter und
- die in Deutschland und den sonstigen Zielländern geltenden Rechtsordnungen und/oder anerkannten Verhaltensregeln von Berufsverbänden (insbesondere die Verhaltensregeln des deutschen Werberats) zu beachten.

## 6. Rechte und Pflichten der jeweiligen Auftragnehmerin

6.1 Die jeweilige Auftragnehmerin wird die Werbemittel während des vereinbarten Zeitraums und/oder bis zum Erreichen der gebuchten Anzahl von AdImpressions, Klicks, (im Folgenden „Medialeistungen“ genannt) einstellen bzw. ausstrahlen. Im Hinblick auf die Medialeistungen sind die von der jeweiligen Auftragnehmerin ermittelten Messerergebnisse maßgeblich.

6.2 Die jeweilige Auftragnehmerin ist berechtigt, den vereinbarten Termin zur Schaltung der Werbeflächen um eine angemessene Frist zu verschieben, sofern technische oder betriebliche Gründe eine Verschiebung erforderlich machen. In diesem Fall wird die Auftragnehmerin den Auftraggeber unverzüglich über die Verzögerung informieren und ihm den voraussichtlichen Termin der Schaltung nennen. Sofern es der Auftragnehmerin möglich und zumutbar ist, wird sie bei der Verschiebung des Termins auf ihr bekannte Interessen des Auftraggebers Rücksicht nehmen.

6.3 Die Pflicht der jeweiligen Auftragnehmerin zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei (3) Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung. Die jeweilige Auftragnehmerin sendet das Werbemittel auf Kosten und Gefahr des Auftraggebers an diesen zurück, sofern dieser die Rücksendung innerhalb des

zuvor genannten Zeitraums schriftlich bei der jeweiligen Auftragnehmerin beauftragt hat. Andernfalls ist die jeweilige Auftragnehmerin zur Vernichtung des Werbemittels berechtigt.

6.4 Die jeweilige Auftragnehmerin behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Werbemittel im Rahmen einer Werbekampagne - wegen des Inhalts, der Herkunft oder aus technischen Gründen abzulehnen, insbesondere dann, wenn die Werbemittel nicht den Vorgaben dieser AGB sowie dem bestätigten Werbeauftragsformular oder etwaiger Sondervereinbarungen entsprechen und/oder die Veröffentlichung für die jeweilige Auftragnehmerin unzumutbar ist; des Weiteren sofern der Inhalt des Werbeauftrags/Werbemittels vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde. Die Ablehnung des Auftrags wird dem Auftraggeber mitgeteilt. Sofern der Auftraggeber der jeweiligen Auftragnehmerin nachweislich rechtmäßige Ersatzwerbemittel unverzüglich zur Verfügung stellt, werden diese eingestellt. Zusätzlich anfallende Kosten werden vom Auftraggeber getragen.

6.5 Die jeweilige Auftragnehmerin ist auch nach erfolgter Schaltung der Werbung zur Löschung oder Sperrung mangelhafter und insbesondere rechtswidriger Inhalte berechtigt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, im Rahmen der erforderlichen und zumutbaren technischen Möglichkeiten den Zugang zu solchen Inhalten zu sperren, die die jeweilige Auftragnehmerin als mangelhaft und insbesondere als rechtswidrig zurückweist. Dies gilt insbesondere, wenn die jeweilige Auftragnehmerin selbst eine solche Sperrung nicht möglich ist. Sofern der Auftraggeber nachweislich rechtmäßige bzw. mangelfreie Inhalte als Ersatz liefert oder sofern auf die bemängelten Inhalte von den Seiten des jeweiligen Werbeträgers verlinkt war, nachweist, dass auf keine mangelhaften bzw. unrechtmäßigen Inhalte mehr verlinkt wird, wird die jeweilige Auftragnehmerin die Ersatzinhalte in den Werbeträger einstellen bzw. die Sperrung aufheben.

6.6 Stellt der Auftraggeber bei Vorliegen der Voraussetzungen nach Ziffer 6.4 oder 6.5 keine Ersatzinhalte zur Verfügung, so kann die jeweilige Auftragnehmerin vom Vertrag zurücktreten.

## 7. Nutzungsrechte

7.1 Der Auftraggeber räumt der jeweiligen Auftragnehmerin ein einfaches, nicht ausschließliches, nicht übertragbares, nach Abrufmengen unbeschränktes, weltweites, auf die Laufzeit des Werbeauftrages zeitlich beschränktes sowie inhaltlich auf den Vertragszweck begrenztes Nutzungsrecht an dem zur Verfügung gestellten Werbemittel ein. Die vorgenannte Rechteeinräumung umfasst die erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Veröffentlichung, Vervielfältigung und/oder Verbreitung, öffentlichen Wiedergabe, zur Sendung und Vorführung, zur Archivierung, zur öffentlichen Zugänglichmachung sowie Bearbeitung des Werbemittels, soweit dies zur Durchführung des Werbeauftrags erforderlich ist.

7.2 Der Auftraggeber räumt ausschließlich InteractiveMedia des Weiteren das Recht ein, die Werbemittel und die erstellten Werbemaßnahmen selbst zum Zwecke der Eigenwerbung zu verwenden (etwa im Rahmen eines Referenzarchivs oder für Präsentationen). InteractiveMedia ist berechtigt, den Auftraggeber als Referenzkunden zu benennen. Der Auftraggeber räumt InteractiveMedia insbesondere das nicht ausschließliche, zeitlich und nach Abrufmengen unbeschränkte, weltweite, unwiderrufliche Recht ein, das Werbemittel umfassend für die Eigenwerbung gemäß Ziffer 2.3 zu nutzen. InteractiveMedia kann jederzeit frei darüber entscheiden, ob und wie das Werbemittel im Rahmen der Eigenwerbung eingebunden wird, wobei eine technische Bearbeitung oder Formatänderungen hierzu

ohne inhaltliche Veränderung zulässig sind. Ferner räumt der Auftraggeber der InteractiveMedia das Recht zur Vervielfältigung und/oder Verbreitung/öffentlichen Zugänglichmachung des Werbemittels (allein oder zusammen mit anderen Produkten) in beliebiger Anzahl auf digitalen Datenträgern-, Printmedien, Onlinemedien, Werbefilmen, Newslettern oder sonstigen Mailing-Aktionen und Präsentationen ein. Sollte der Auftraggeber nicht oder nicht vollständig oder nur für eine befristete Zeit über die entsprechenden Rechte verfügen, so ist er verpflichtet InteractiveMedia bei Vertragsschluss hierüber zu informieren.

7.3 Der Auftraggeber gestattet der jeweiligen Auftragnehmerin die Weitergabe von Werbeinformationen (z.B. Art der Werbemittel, Dauer der Veröffentlichung) in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsinstitute.

## 8. Garantien

Der Auftraggeber garantiert mit der Auftragserteilung, dass er sämtliche, zur Auftragsdurchführung erforderlichen Rechte an den von ihm bereitgestellten Inhalten hat und in der mit dem Auftrag verbundenen Art und Weise über die Inhalte verfügen und diese übertragen darf. Der Auftraggeber stellt insbesondere sicher, dass er berechtigt ist, Bilder, bewegte Bilder, Fotografien, Filme, Logos, Zeichen und sonstige Darstellungen, Gestaltungen und Informationen auf den dafür vorgesehenen Werbeträgern zur Schaltung aufzunehmen und als deren Teil zu nutzen und/oder diese Befugnisse zur Durchführung dieses Vertrages der jeweiligen Auftragnehmerin einzuräumen.

Insbesondere sichert der Auftraggeber der jeweiligen Auftragnehmerin zu, dass er über die für die Leistungen nach diesem Vertrag erforderlichen Nutzungsrechte im Verhältnis insbesondere zu Urhebern, ausübenden Künstlern und sonstigen Leistungsschutzberechtigten, Tonträgerherstellern, Produzenten, Verleihern, Verlegern, Verwertungsgesellschaften und sonstigen Inhabern eines Nutzungsrechts verfügt.

Im Hinblick auf die in den Inhalten enthaltenen Musikwerke sichert der Auftraggeber der jeweiligen Auftragnehmerin zu, dass die für die vertragsgegenständliche Auswertung etwaig erforderlichen weiteren Einwilligungen/Genehmigungen der Musikautoren bzw. ihrer Musikverlage (z.B. im Hinblick auf die Verfilmung der Musikwerke und/oder Bearbeitung im Rahmen der Verfilmung der Musikwerke) vom Auftraggeber oder seinen Lizenzgebern eingeholt wurden. Soweit im Hinblick auf die Inhalte eine Anmeldung des jeweiligen Auftragnehmers gegenüber einer Verwertungsgesellschaft bzw. eine Lizenzierung bei einer Verwertungsgesellschaft durch den jeweiligen Auftragnehmer notwendig ist, weil die Rechte exklusiv von der Verwertungsgesellschaft wahrgenommen werden, wird der Auftraggeber den jeweiligen Auftragnehmer gesondert darauf hinweisen und ihm die hierfür erforderlichen Informationen unverzüglich bereitstellen und sonstigen angeforderten Mitwirkungshandlungen (z.B. ausfüllen von Meldebögen) unverzüglich nachkommen. Etwa anfallende Gebühren der jeweils zuständigen Verwertungsgesellschaften (z.B. GEMA, GVL) sind vom Auftraggeber zu tragen. Klarstellend gilt die Freistellung mit ihren Voraussetzungen gem. Ziffer 10.5 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

## 9. Gewährleistungsausschluss

9.1 Sofern nicht schriftlich vereinbart, übernimmt die jeweilige Auftragnehmerin keine Gewähr dafür, dass mit der Leistungserbringung und Schaltung von Werbung bestimmte Ergebnisse oder Erfolge erzielt werden.

9.2 Die jeweilige Auftragnehmerin übernimmt keine Gewähr dafür, dass Webseiten (Mobile und/oder Online) während der Laufzeit von Werbekampagnen unverändert fortbestehen oder inhaltlich oder qualitativ gleich bleiben oder ununterbrochen erreichbar sind.

9.3 Die jeweilige Auftragnehmerin übernimmt keine Gewährleistung für Mängel, soweit der Auftraggeber die Arbeiten ohne Zustimmung der jeweiligen Auftragnehmerin selbst ändert oder durch Dritte ändern lässt, es sei denn, der Auftraggeber weist nach, dass die Mängel nicht durch solche Änderungen verursacht worden sind und die Mängelbeseitigung durch die Änderungen nicht unzumutbar erschwert wird.

9.4 Garantien im Rechtssinne werden nicht gewährt.

## 10. Haftung und Freistellung

10.1 Die jeweilige Auftragnehmerin haftet bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit sowie bei Fehlen einer garantierten Eigenschaft für alle darauf zurückzuführenden Schäden unbeschränkt.

10.2 Bei leichter Fahrlässigkeit haftet die jeweilige Auftragnehmerin nicht. Im Fall der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit haftet die jeweilige Auftragnehmerin unbeschränkt.

Wenn die jeweilige Auftragnehmerin durch leichte Fahrlässigkeit mit ihrer Leistung in Verzug geraten ist, wenn ihre Leistung unmöglich geworden ist oder wenn die jeweilige Auftragnehmerin eine wesentliche Pflicht verletzt hat, ist die Haftung für darauf zurückzuführende Sach- und Vermögensschäden, auf den vertragstypischen vorhersehbaren Schaden begrenzt. Dies gilt auch für entgangenen Gewinn und ausgebliebene Einsparungen. Eine wesentliche Pflicht ist eine solche, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszweckes gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf.

Die Haftung für sonstige entfernte Mangelfolgeschäden ist ausgeschlossen. Gleiches gilt bei leicht fahrlässigem Handeln einfacher Erfüllungsgehilfen.

10.3 Bei Verlust von Daten haftet die jeweilige Auftragnehmerin nur für denjenigen Aufwand, der für die Wiederherstellung der Daten bei ordnungsgemäßer Datensicherung durch den Auftraggeber erforderlich ist. Bei leichter Fahrlässigkeit der jeweiligen Auftragnehmerin tritt diese Haftung nur ein, wenn der Auftraggeber täglich eine ordnungsgemäße Datensicherung durchgeführt hat.

10.4 Die Haftung für alle übrigen Schäden ist ausgeschlossen, insbesondere für Datenverluste oder Hardwarestörungen, die durch Inkompatibilität der auf dem PC-System des Auftraggebers vorhandenen Komponenten mit der neuen bzw. zu ändernden Hard- und Software verursacht werden und für Systemstörungen, die durch vorhandene Fehlkonfigurationen entstehen können.



10.5 Sollte die Ströer SE oder InteractiveMedia von Dritten, eingeschlossen staatlichen Institutionen, im Rahmen dieses Vertrages wegen der Verletzung von Rechten Dritter sowie sonstigen Rechtsverletzungen aufgrund der vertragsgemäßen Verwendung des Werbemittels in Anspruch genommen werden, wird der Auftraggeber die Ströer SE und InteractiveMedia von diesen Ansprüchen freistellen und wird der Ströer SE und InteractiveMedia bei der Rechtsverteidigung, zu der die Ströer SE und die InteractiveMedia berechtigt, aber nicht verpflichtet ist, die notwendige Unterstützung bieten sowie die notwendigen Kosten der Rechtsverteidigung für die Ströer SE und InteractiveMedia übernehmen. Voraussetzung hierfür ist, dass die Ströer SE und InteractiveMedia den Auftraggeber über geltend gemachte Ansprüche sowie Rechtsverletzungen unverzüglich umfassend schriftlich informiert, keine Zugeständnisse oder Anerkenntnisse oder diesen gleichkommende Erklärungen abgibt und es dem Auftraggeber ermöglicht, auf seine Kosten alle gerichtlichen und außergerichtlichen Verhandlungen über die Ansprüche zu führen. Die Geltendmachung weiterer Ansprüche bleibt vorbehalten.

## 11. Preise und Zahlungsbedingungen

11.1 Vorbehaltlich einer individualvertraglichen Vereinbarung hat der Auftraggeber für jeden Werbeauftrag den der im Zeitpunkt des Vertragsschlusses jeweils gültigen Preisliste entsprechenden Preis zu bezahlen. Änderungen der Preislisten bleiben vorbehalten.

11.2 Rabatte bestimmen sich nach den jeweils gültigen Preislisten. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit ihren Kunden an die Preislisten der jeweiligen Auftragnehmerin zu halten. Etwaige Sondervereinbarungen ergeben sich aus dem bestätigten Werbeauftrag.

11.3 Berechtigt die Preisliste oder eine Sondervereinbarung mit Erreichen einer bestimmten Medialeistung zu einem Sonderrabatt, so wird dieser Rabatt rückwirkend für das ganze Jahr gewährt.

11.4 Wird ein Werbeauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die die jeweilige Auftragnehmerin nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber der jeweiligen Auftragnehmerin, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem bereits gewährten Rabatt und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten.

11.5 Sind Abschlagszahlungen eines Auftraggebers nicht eindeutig einer bestimmten Rechnung zuzuordnen, wird die Leistung im Zweifel auf die zeitlich älteste noch offene Rechnung erbracht, die dem Auftraggeber gestellt wurde.

11.6 Die Werbeaufträge werden bei Kampagnenbeginn in Rechnung gestellt und sind sofort nach Rechnungserhalt fällig. Bei Vorauszahlung des Gesamtrechnungsbetrages, der bis zum Beginn der Werbekampagne bei der Auftragnehmerin eingeht, gewährt diese 2% Skonto, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind.

11.7 Der Auftraggeber hat Einwendungen gegen den Rechnungsbetrag innerhalb von sechs (6) Wochen nach Zugang der Rechnung schriftlich gegenüber der Auftragnehmerin geltend zu machen. Das Unterlassen der rechtzeitigen Einwendung gilt als Genehmigung.

## 12. Zahlungsverzug und Aufrechnung

12.1 Verzugszinsen werden grundsätzlich in Höhe von 8% Prozentpunkten über dem jeweils gültigen Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank berechnet. Die Geltendmachung einer höheren Zinssatzes bleibt vorbehalten.

12.2 Die jeweilige Auftragnehmerin ist bei Zahlungsverzug berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Vertrages bis zur Zahlung zurückzustellen.

12.3 Die jeweilige Auftragnehmerin kann die ihr obliegenden Leistungen verweigern, wenn nach Abschluss des Vertrages erkennbar wird, dass ihr Anspruch auf die Gegenleistung durch mangelnde Leistungsfähigkeit des Auftraggebers gefährdet wird, soweit nicht die Gegenleistung bewirkt oder Sicherheit für sie geleistet wird.

12.4 Der Auftraggeber ist nur dann zur Aufrechnung berechtigt, wenn sein Gegenanspruch vor der jeweiligen Auftragnehmerin anerkannt oder rechtskräftig festgestellt wurde.

## 13. Kündigung / Kündigungsfristen

13.1 Zeitlich befristete Vertragsverhältnisse enden automatisch mit Ablauf der vereinbarten Laufzeit, ohne dass es einer weiteren Kündigung bedarf.

13.2 Zeitlich unbefristete Vertragsverhältnisse kann jede Vertragspartei unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von 6 Wochen zum Quartalsende kündigen. Die Kündigung muss schriftlich erfolgen.

13.3 Das Recht, aus wichtigem Grund fristlos zu kündigen, bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund für eine fristlose Kündigung liegt vor, wenn dem Kündigenden die Fortsetzung der Geschäftsbeziehung nicht zugemutet werden kann. Dabei sind die berechtigten Belange der jeweils anderen Vertragspartei zu berücksichtigen. Ein wichtiger Grund für die jeweilige Auftragnehmerin liegt insbesondere dann vor, wenn eine wesentliche Verschlechterung oder eine erheblichen Gefährdung der Vermögensverhältnisse des Auftraggebers eintritt oder der Auftraggeber die Zahlungen an die jeweilige Auftragnehmerin einstellt oder erklärt, sie einstellen zu wollen. Daneben besteht ein wichtiger Grund, wenn gegen den Auftraggeber die Zwangsvollstreckung betrieben wird oder die Einleitung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen des Auftraggebers droht.

## 14. Geheimhaltung

14.1 Die jeweilige Auftragnehmerin und der Auftraggeber (gemeinsam Vertragspartner genannt) verpflichten sich, während der Laufzeit des Vertrages und drei (3) Jahre danach alle Dokumente, Informationen und Daten, die ihnen aufgrund der Zusammenarbeit zugänglich gemacht wurden bzw. zur Kenntnis gelangt sind, geheim zu halten. Die Vertragspartner verpflichten sich, die Dokumente, Informationen und Daten des anderen Vertragspartners ebenso zu schützen wie eigene vertrauliche Informationen, mindestens jedoch mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns.

14.2 Gegenstand der Verschwiegenheitsverpflichtung sind auch solche Dokumente, Informationen und Daten, die mit den Vertragsparteien verbundene Unternehmen, sonstige Kooperationspartner oder Lieferanten betreffen, sowie Dokument, Informationen und Daten über Kunden und Handelsvertreter der Vertragsparteien.

14.3 Die Verschwiegenheitsverpflichtung gilt nicht für Dokumente, Informationen und Daten, die offenkundig sind oder werden, ohne dass dies auf einem Vertragsverstoß einer Partei beruht oder für Informationen, die durch nachträgliche schriftliche, per Telefax oder per E-Mail getroffene Vereinbarung von der Geheimhaltung ausgenommen wurden.

## 15. Sonstiges

15.1 Die jeweilige Auftragnehmerin ist berechtigt, Werbemaßnahmen für Wettbewerber des Auftraggebers zu erbringen.

15.2 Der Auftraggeber kann die Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung der Auftragnehmerin auf einen Dritten übertragen.

15.3 Die jeweilige Auftragnehmerin ist berechtigt, die Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag insgesamt oder einzeln jedem mit der jeweiligen Auftragnehmerin im Sinne von §§ 15 ff. AktG verbundenen Unternehmen zu übertragen bzw. unterzulizieren. Der Auftraggeber stimmt bereits jetzt einer entsprechenden Erklärung durch ein mit der jeweiligen Auftragnehmerin verbundenes Unternehmen zu.

15.4 Ausschließlicher Gerichtsstand für alle sich aus einem Auftrag mittelbar oder unmittelbar ergebenden Streitigkeiten ist der Sitz der jeweiligen Auftragnehmerin.

15.5 Es gilt deutsches Recht.

15.6 Ist eine Klausel dieser AGB oder eine Regelung der geschlossenen Einzelverträge unwirksam oder nicht durchsetzbar, so bleiben die restlichen Regelungen hiervon unberührt. Die Vertragsparteien einigen sich bereits jetzt, die unwirksame oder undurchsetzbare Regelung durch eine wirksame und durchsetzbare Regelung zu ersetzen, die dem wirtschaftlichen Sinn der ersetzten Regelung möglichst nahe kommt.

Stand: 12.01.2012