

AGB – Digitale Werbeaufträge

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB“) regeln das Verhältnis zwischen der Mediahouse Berlin GmbH (nachfolgend: MB) und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Werbeaufträgen für von MB vermarktete Online-Medien, soweit in Textform nicht etwas anderes vereinbart wurde. Soweit diese nicht unter den Anwendungsbereich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen Zeitungen bzw. Zeitschriften fallen, gelten die AGB auch für Werbeaufträge für von MB vermarktete Applikationen („Apps“) und mobile Webseiten und E-Paper. Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit unter www.mediahouse-berlin.de/agb aufrufen, ausdrucken sowie herunterladen bzw. speichern.

1. Definitionen

- 1.1. „Angebot“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot von MB über die Schaltung und Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in Medien-, Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem World Wide Web (nachfolgend gemeinsam „Online-Medien“) zum Zwecke der Verbreitung. Soweit nicht ausdrücklich anders als verbindliches Angebot bezeichnet, sind Angebote von MB freibleibend, d. h. nicht bindend.
- 1.2. „Werbeauftrag“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot eines Auftraggebers über die Schaltung und Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Werbemittel“ oder „Anzeige“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in Online-Medien zum Zweck der Verbreitung.
- 1.3. Ein Werbemittel im Sinne dieser AGB kann unter anderem aus einem oder mehreren der folgenden Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner, Video), aus Grafik oder Text, von denen aus auf das Angebot des Werbungtreibenden verlinkt wird, oder aus der Einbindung von Inhalten des Werbungtreibenden auf den Online-Medien, wobei der Werbungtreibende selbst die eingebundenen Inhalte verantwortet (z.B. Tiefenintegration).
- 1.4. „Nutzungsbasierte Online-Werbung“ im Sinne dieser AGB ist jedes Online-Werbemittel, das aufgrund der tatsächlichen oder vermuteten Zuordnung des Werbeadressaten zu einer bestimmten Zielgruppe angesteuert wird.

2. Vertragsschluss

- 2.1. Bei einem Werbeauftrag kommt ein Vertrag, soweit nicht ausdrücklich anders individuell vereinbart, durch Veröffentlichung des Werbemittels (bei mehreren Werbemitteln des ersten Werbemittels) in den von MB vermarkteten Online-Medien oder durch Bestätigung des Werbeauftrags durch MB in Textform zustande. Sofern ein verbindliches Angebot durch MB erfolgt, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers zustande.
- 2.2. Ist in dem Vertrag zwischen dem Auftraggeber und MB nur ein Gesamtwervolumen festgehalten, so wird MB die Werbemittelschaltungen abhängig von der Verfügbarkeit im Einvernehmen mit dem Auftraggeber, ansonsten nach billigem Ermessen unter Berücksichtigung des Interesses des Auftraggebers, so terminieren, dass innerhalb des vereinbarten Kampagnenzeitraums die vereinbarten Leistungswerte erreicht werden. Der

Auftraggeber trägt durch eine rechtzeitige und vertragsgemäße Anlieferung der Werbemittel und Bereitstellung aller für die Durchführung des Vertrages erforderlichen bzw. von MB aus berechtigten Gründen geforderten Informationen und Nachweise dafür Sorge, dass die vereinbarten Werbemittelschaltungen innerhalb des vereinbarten Kampagnenzeitraums auch vorgenommen werden können.

- 2.3. Soweit Agenturen auf Grundlage einer gesonderten Vereinbarung mit MB Werbeaufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer Vereinbarungen in Textform, mit der Agentur zustande.
- 2.4. Werbeaufträge von Werbe- und Mediaagenturen werden nur für namentlich genau genannte Werbetreibende angenommen. Die Werbung für die Produkte oder Dienstleistungen eines anderen als des bei der Buchung angegebenen Werbetreibenden bedarf in jedem Fall der vorherigen Zustimmung durch MB in Textform.
- 2.5. Änderungen und Ergänzungen zu einem Vertrag sowie Abweichungen von diesen AGB bedürfen der Textform. Für Vertragsänderungen und -ergänzungen gilt dies auch für die Aufhebung der Textformklausel.
- 2.6. Bei Agenturbuchungen behält sich MB das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Auftraggeber der Agentur weiterzuleiten.
- 2.7. Bucht ein Auftraggeber bei MB im Rahmen eines Vertrages Werbemittel für Online-Medien oder über Online-Werbemittel hinausgehende Werbemittel, die nicht ausschließlich von MB vermarktet werden, so kann MB keine verbindliche Zusage über die terminliche Platzierung der Werbemittel erteilen. Etwaige Angaben zu Erscheinungsterminen sind somit jeweils vorbehaltlich von Änderungen zu verstehen.

3. Anzeigenveröffentlichung

- 3.1. MB ist neben der Veröffentlichung innerhalb der Online-Angebote „rollingstone.de“, „musikexpress.de“ und „metal-hammer.de“ berechtigt, aber nicht verpflichtet, erteilte Werbeaufträge im Rahmen der technischen Möglichkeiten ergänzend auch in anderen Online-Medien von MB und der mit MB verbundenen Unternehmen zu veröffentlichen. Im Falle der Buchung eines Content-Marketing-Produktes ist MB berechtigt, zum Zwecke der Erhöhung der Reichweite des gebuchten Produktes Teaser auf Drittwebseiten zu schalten, die auch Teile der Inhalte des Content-Marketing-Produktes (z. B. Foto, Textauszug) enthalten können.
- 3.2. Werbemittel werden von MB standardmäßig multiscreen, d. h. optimiert für verschiedene Arten von Endgeräten, angeboten und an verschiedene Arten von Endgeräten ausgeliefert. MB ist dabei in der Verteilung der Werbemittel über die Kanäle frei. Nach Absprache und entsprechender Angebotsanpassung beschränkt MB die Ausspielung auf bestimmte Kanäle oder verteilt die Ausspielung nach Absprache.
- 3.3. Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen wird grundsätzlich nicht zugesagt.
- 3.4. MB wird die Online-Werbemittel – vorbehaltlich abweichender Vereinbarungen – während des gebuchten Zeitraums und/oder bis zum Erreichen der gebuchten Medialeistung in den Werberaum einstellen. MB wird dem Auftraggeber über die während der Kampagne erreichten Leistungswerte in einem durch MB vorgegebenen Format berichten. Im Falle der Unterlieferung wird MB – soweit möglich und angemessen – eine Nachlieferung entsprechend

den mit dem Auftraggeber vereinbarten Leistungswerten vornehmen. Die Nachlieferung erfolgt – vorbehaltlich abweichender Vereinbarungen in Textform – im Anschluss an den im Vertrag vereinbarten Kampagnenzeitraum.

- 3.5. Für die Zählung der abrechnungsrelevanten Metriken (z. B. AdImpressions, Views) ist jeweils die durch den von MB genutzten Adserver ermittelte Anzahl maßgeblich. Dem Auftraggeber bleibt es unbenommen, nachzuweisen, dass die tatsächliche Anzahl hiervon abweicht. Eine Abweichung von nicht mehr als 10 % gilt jedoch in jedem Fall als unwesentlich und führt zu keinen Ansprüchen des Auftraggebers.
- 3.6. Weist der Auftraggeber gemäß Ziffer 3.5 eine Abweichung der tatsächlichen Zahlen von den durch MB ermittelten Zahlen von mehr als 10 % nach, gilt für die Anzahl der abrechnungsrelevanten Metriken, die die 10 % Abweichung überschreiten (nachfolgend „Überabweichung“), die folgende Regelung: Der Auftraggeber hat MB die Überabweichung unverzüglich und, soweit möglich, während der Kampagnenlaufzeit per E-Mail an den bestehenden Ansprechpartner bei MB (vorname.nachname@mediahouse-berlin.de) anzuzeigen. Die Parteien analysieren gemeinsam den Grund für die Überabweichung und bemühen sich, die Ursache hierfür abzustellen. Soweit als Ursache ein Fehler bei der Feststellung der Anzahl der abrechnungsrelevanten Metriken durch MB ermittelt wird, gelten im Ergebnis die Zahlen als maßgeblich, die von MB ohne den ermittelten Fehler festgestellt worden wären. Kann die Ursache nicht eindeutig ermittelt werden, werden die Parteien die Anzahl der abrechnungsrelevanten Metriken insoweit mitteln.

4. Pflichten des Auftraggebers, Kennzeichnung von Werbemitteln und Ablehnungsrecht

- 4.1. Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte, insbesondere seine Werbemittel und die Webseiten, auf die das jeweilige Werbemittel verweist, so ausgestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und insbesondere jugenschutz-, presse-, wettbewerbs-, datenschutz-, straf- und mediendienstrechtliche Vorschriften einhalten.
- 4.2. Im Falle der Tiefenintegration von Webseiten des Auftraggebers auf den Online-Medien mittels iFrame oder direkter Integration (nachfolgend „Webseiten des Auftraggebers“) kennzeichnet der Auftraggeber die Webseiten des Auftraggebers auf jeder Seite mit einen Kooperationsverweis in Form der Kennzeichnung als „Ein Service der/des ...“. Dabei steht es dem Auftraggeber frei, die Wort- oder Bildmarke des Auftraggebers zu nutzen. Sofern die Marke des Auftraggebers oder der Kooperationsverweis extern verlinkt wird, ist dies nur als No-FollowLink erlaubt. Die Webseiten des Auftraggebers sind mit dem Impressum und der Datenschutzerklärung des Auftraggebers über dem Footer des Online-Mediums zu versehen, auf dem die Webseiten des Auftraggebers eingebunden sind. Der Betrieb der Webseiten des Auftraggebers erfolgt – mit Ausnahme des Headers und des Footers - namens und in alleiniger Verantwortung des Auftraggebers. Hiervon umfasst ist auch die Betreuung von Nutzern der Webseiten des Auftraggebers.
- 4.3. Im Falle eines Verstoßes gegen Ziffer 4.1 und 4.2 stellt der Auftraggeber MB von allen etwaigen für MB daraus entstehenden Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, vollumfänglich auf erstes Anfordern frei. Eine Pflicht zur Prüfung der Werbemittel vor Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels besteht für MB nicht.

- 4.4. Die Schaltung nutzungsbasierter Online-Werbung für den Auftraggeber/Werbetreibenden setzt voraus, dass der Auftraggeber/Werbetreibende über eine Zertifizierung im Rahmen des IAB Europe OBA Frameworks („EDAA-OBA-Zertifizierung“) verfügt. Mit der Beauftragung zur Schaltung nutzungsbasierter Online-Werbung bestätigt der Auftraggeber/Werbetreibende, über eine EDAA-OBA-Zertifizierung zu verfügen. Der Auftraggeber/Werbetreibende ist verpflichtet, MB eine entsprechende Zertifizierung auf Verlangen nachzuweisen. Der Auftraggeber/Werbetreibende ist verpflichtet, weiterentwickelte Standards wie IAB Europe TCF 2.0 bzw. diesen Standard ersetzende Nachfolgestandards zu beachten.
- 4.5. MB behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel abzulehnen, insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form Rechte Dritter oder die Interessen von MB verletzt. Die Ablehnung eines Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Bei Werbemitteln, die in ihrem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung der Online-Medien entsprechen, behält sich MB im Sinne seines publizistischen Auftrages ein Einspruchsrecht vor. Werbemittel, die redaktionell gestaltet sind, müssen sich eindeutig von der Grundschrift der Online-Medien unterscheiden und mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sein. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als werbliche Veröffentlichung erkennbar sind, werden als solche von MB mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
- 4.6. Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen Zustimmung von MB in Textform. Die Werbungtreibenden sind namentlich zu benennen. MB behält sich die Erhebung eines Verbundaufschlags bzw. eine abweichende Rabattierung vor.
- 4.7. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten, auf die von dem Werbemittel verlinkt werden soll, aufrechtzuerhalten.
- 4.8. Ist der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels bereits abgemahnt worden bzw. wird abgemahnt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bereits abgegeben oder gibt er eine solche ab, ist der Auftraggeber verpflichtet, MB hierüber unverzüglich zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, haftet MB nicht für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeigen(-inhalte) entstehenden Schaden.
- 4.9. MB ist berechtigt, die Schaltung und Veröffentlichung des gebuchten Werbemittels zu unterbrechen, soweit der Auftraggeber die Inhalte, auf die mittels Hyperlinks von dem Banner verlinkt wird, verändert hat und/oder der Verdacht auf ein rechtswidriges Werbemittel und/oder einen rechtswidrigen Inhalt einer verlinkten Webseite und/oder die Verletzung von Rechten Dritter besteht und/oder der Auftraggeber mit der Zahlung der Vergütung im Verzug ist. Dies gilt insbesondere in Fällen der Geltendmachung von Ansprüchen Dritter gegen MB oder den Auftraggeber wegen der Schaltung und Veröffentlichung des gebuchten Werbemittels oder im Fall von Ermittlungen staatlicher Behörden wegen derartiger Inhalte. Der Vergütungsanspruch von MB bleibt hiervon unberührt.

5. Übermittlung von Online-Werbemitteln

- 5.1. Es obliegt dem Auftraggeber, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben von MB zur Erstellung und Übermittlung von Online-Werbemitteln entsprechende Werbemittel vollständig, fehler- und virenfrei sowie rechtzeitig, d. h., soweit nichts anderes vereinbart, spätestens 5 Werktage vor Veröffentlichung anzuliefern und diese ausreichend zur Verwendung durch MB zu kennzeichnen. Im Falle der Beauftragung von MB mit der Schaltung nutzungsbasierter Online-Werbung können die vom Auftraggeber einzuhaltenden technischen Vorgaben insbesondere vorsehen, dass das zu schaltende Werbemittel bereits mit implementiertem OBA-Icon zu übermitteln ist. Unerwünschte Veröffentlichungsergebnisse, die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen von MB zurückführen lassen, führen zu keinem Preisminderungsanspruch. MB ist nicht verpflichtet, die Inhalte auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen.
- 5.2. Der Auftraggeber verpflichtet sich, sollte er Performancedaten während der Kampagnenlaufzeit eigenständig tracken wollen, nur zugelassene Tracking-Technologien zu nutzen und sich an die vordefinierten Richtlinien und Whitelist zu halten, einsehbar unter: <https://www.mediaimpact.de/de/unkategorisiert/uebersicht-tracking-guidelines-whitelist>. Verstößt der Auftraggeber gegen diese Vorgaben, kann MB die Ausspielung der Werbekampagne ablehnen, bis der Auftraggeber die Trackingintegration Richtlinien-gerecht angepasst hat.
- 5.3. Kosten, die MB für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Vorlagen entstehen, hat der Auftraggeber zu tragen.
- 5.4. Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Vorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand zu entsprechen haben. Entdeckt MB in einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbezeichneten Art, wird MB von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die Systeme von MB) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. MB behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn MB durch solche, durch den Kunden infiltrierte Schadensquellen Schäden entstanden sind.
- 5.5. Bei nicht fristgerechter, unvollständiger und/oder nicht den technischen Spezifikationen entsprechender Anlieferung der Werbemittel ist MB berechtigt, die vorgesehenen Werbeflächen anderweitig zu besetzen, bis die Lieferung einwandfrei erfolgt. Die Durchführung des Vertrages wird dann innerhalb eines angemessenen Zeitraumes nachgeholt. Ist eine Nachholung nicht innerhalb eines angemessenen Zeitraumes möglich oder dem Auftraggeber oder MB nicht zumutbar, bleibt der Auftraggeber gleichwohl zur Zahlung der vereinbarten Vergütung verpflichtet, soweit er nicht nachweist, dass MB durch die Nichtdurchführung des Vertrages kein wirtschaftlicher Nachteil oder nur ein wesentlich geringerer wirtschaftlicher Nachteil entstanden ist. Die vorstehenden Regelungen geltend auch in anderen Fällen, in denen aufgrund einer Verletzung von Mitwirkungspflichten des Auftraggebers nicht zum vereinbarten Zeitpunkt mit der Ausspielung der Werbemittel begonnen werden kann.
- 5.6. In Ausnahmefällen kann von MB die Bereitstellung von Werbemitteln über einen externen Adserver (sog. „Redirect“) zugelassen werden. Für diese Fälle behält sich MB das Recht vor, die Werbemotive vor deren Schaltung zu sichten und eine Schaltung gegebenenfalls

abzulehnen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, MB die Werbemotive zwecks Sichtung vorzulegen sowie im Falle von nachträglichen Änderungen MB diese anzuzeigen.

6. Mängel, Haftung

- 6.1. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. MB hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn
- (a) diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder
 - (b) diese für MB nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre. Lässt MB eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder zum Rücktritt vom Vertrag. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist der Rücktritt vom Vertrag ausgeschlossen.
- 6.2. Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate. Der Auftraggeber wird das Werbemittel unverzüglich überprüfen, nachdem ihm das finale Werbemittel z. B. durch Übermittlung eines Links oder eines Screenshots durch MB zugänglich gemacht worden ist. Mängelrügen wegen offensichtlicher Mängel müssen unverzüglich gegenüber MB geltend gemacht werden. Andere Mängel sind unverzüglich nach ihrer Entdeckung gegenüber MB geltend zu machen.
- 6.3. MB haftet für Schäden des Auftraggebers nach den gesetzlichen Bestimmungen, sofern die Schäden vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurden, sie die Folge des Nichtvorhandenseins einer garantierten Beschaffenheit der Leistung sind, sie auf einer schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruhen, sie die Folge einer schuldhaften Verletzung der Gesundheit, des Körpers oder des Lebens sind, oder für die eine Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz vorgesehen ist. Im Falle einer lediglich fahrlässigen Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht ist die Haftung von MB jedoch beschränkt auf solche Schäden, mit deren Entstehung im Rahmen der Erbringung der vereinbarten Leistungen typischerweise und vorhersehbar gerechnet werden muss. Diese Beschränkung gilt nicht, soweit Schäden die Folge einer Verletzung der Gesundheit, des Körpers oder des Lebens sind. Wesentliche Vertragspflichten sind solche vertraglichen Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglichen und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf, und deren Verletzung auf der anderen Seite die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet. Im Übrigen ist die Haftung von MB unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen.
- 6.4. Haftet MB unter Berücksichtigung der vorstehenden Regelungen für den Verlust von Daten des Auftraggebers, ist die Haftung auf den typischen Wiederherstellungsaufwand beschränkt, der auch bei regelmäßiger und gefahrensprechender Anfertigung von Sicherungskopien durch den Auftraggeber eingetreten wäre.

- 6.5. Alle gegen MB gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten beruhen.

7. Vorschaulinks

Vorschaulinks werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. MB berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die MB bis zur Schaltung oder innerhalb der bei der Übersendung des Vorschaulinks gesetzten Frist mitgeteilt werden.

8. Zahlungen

- 8.1. Die Rechnungsstellung erfolgt, soweit nicht anders vereinbart, nach dem Ende der vereinbarten Kampagne. Die Rechnungserstellung kann sich auch auf Teile des gesamten Auftrages beziehen, etwa wenn mehrere Kampagnen Gegenstand des Auftrags sind. Rechnungen von MB sind jeweils sofort mit Rechnungserhalt ohne Abzüge zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall in Textform etwas Abweichendes vereinbart ist.
- 8.2. MB behält sich vor, bei Vorliegen berechtigter Gründe, wie z. B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Zahlungsverzug bei Vorauftrag, ganz oder teilweise eine Vorauszahlung der vereinbarten Vergütung vor der Veröffentlichung der Werbemittel zu verlangen.
- 8.3. Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass ihm Rechnungen von MB nach Wahl von MB ggf. auf elektronischem Wege per E-Mail übermittelt werden.
- 8.4. Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche von MB nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufrechnen, es sei denn, die Gegenforderung resultiert aus demselben Vertragsverhältnis wie die Forderung von MB. Der Auftraggeber ist zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.
- 8.5. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist MB berechtigt, auch während der Laufzeit eines Vertrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

9. Anzeigenbeleg (Screenshot)

MB liefert auf Wunsch als Beleg für die Veröffentlichung eines beauftragten Werbemittels einen Screenshot der betreffenden Anzeige bzw. des anderen Werbemittels. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Erklärung von MB über die Veröffentlichung und Verbreitung des betreffenden Werbemittels.

10. Konzernverbundene Unternehmen

Ist für konzernverbundene Unternehmen des Auftraggebers eine gemeinsame Rabattierung vereinbart, ist für die Inanspruchnahme des Konzernrabattes der Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden in Textform erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser

Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 % besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregistrauszuges auf Anforderung von MB nachzuweisen. Der Konzernrabatt muss spätestens bei Vertragsschluss geltend gemacht werden. Dies gilt auch für Agenturen, wenn diese für einen Werbekunden einen Konzernrabatt in Anspruch nehmen wollen. Eine spätere Geltendmachung wird nicht rückwirkend anerkannt. Konzernrabatte außerhalb der Preisliste bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen Bestätigung in Textform durch MB. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen.

11. Preise

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

12. Rechteübertragung und -garantie

- 12.1. Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Vorlagen, insbesondere seine Werbemittel und die Webseiten, auf die das jeweilige Werbemittel verweist, Rechte Dritter nicht verletzen. Er erklärt insbesondere, Inhaber sämtlicher für die Schaltung und Veröffentlichung der von ihm zur Verfügung gestellten Vorlagen sowie für die auf seiner Website veröffentlichten Inhalte erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte und hierüber verfügungsberechtigt zu sein. Im Falle der Anzeigenerstellung durch MB erklärt der Auftraggeber zudem, alle zur Erstellung der Anzeige erforderlichen Rechte zu besitzen. Er stellt MB insofern von allen Ansprüchen Dritter auf erste Anforderung frei. Dies umfasst auch die Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, MB mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- 12.2. Der Auftraggeber überträgt MB an den von ihm zur Verfügung gestellten Inhalten die für die Erstellung und die Veröffentlichung der Werbung in Onlinemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen nicht ausschließlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Bearbeitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf einschließlich aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien, und zwar örtlich unbeschränkt und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. MB ist berechtigt, soweit es für die Zwecke der Vertragsdurchführung erforderlich ist, an den zur Verfügung gestellten Inhalten Dritten in dem jeweils erforderlichen Umfang Nutzungsrechte einzuräumen.
- 12.3. Diese Rechteeinräumung gilt ausdrücklich für die Nutzung über feste und mobile Kommunikationsnetze und -mittel, unter Einschluss sämtlicher digitaler und analoger Übertragungs- und Abruftechniken, insbesondere über Kabel, Funk, feste und mobile Satellitennetze und Mikrowellen, sämtlicher bekannter und zukünftiger Übertragungsverfahren (insbesondere WAN, LAN, WLAN, Breitband, UKW, GSM, GPRS, EDGE, UMTS, HSDPA, HSUPA und DVB-T und DVB-H), -protokolle und -sprachen (wie zum Beispiel TCP/IP, IP, HTTP, WAP, HTML, cHTML und XML) und unter Einschluss der Wiedergabe auf jeglichen Empfangsgeräten, wie insbesondere stationären, mobilen und ultramobilen Computern, Fernsehgeräten, Set-Top-Boxen, (Festplatten-)Videorekordern,

Mobiltelefonen, Tablets, Mobile Digital Assistants (MDA), Personal Digital Assistants (PDA) und Mobile Internet Devices (MID), und umfasst die Nutzung im Rahmen von Telekommunikations-, Telemedien- und Rundfunkdiensten (etwa Web- und Mobilportale, Applikationen, Widgets, RSS-, SMS-, MMS-, E-Mail-, Messenger- und Nachrichtendienste und unabhängig davon, ob diese als Push- oder als Pull-Dienste ausgestaltet sind) und im Rahmen jeglicher Form der Werbung und/oder Öffentlichkeitsarbeit (auch unter Verwendung des Inhalts als integraler Bestandteil von Online-Werbung, etwa im Rahmen von Bannern, Videos, Screenshots, Audio-Samples, Teasern, Newslettern, Titeln und Namen für die Geschäftstätigkeit, Dienstleistungen oder Produkten von MB, der von MB vermarkteten Online-Medien und/oder von Dritten).

- 12.4. Etwaige den Angeboten von MB zugrunde liegende Konzepte und Bestandteile sind urheber- und wettbewerbsrechtlich geschützt und vom Auftraggeber vertraulich zu behandeln. Diese Konzepte dürfen insbesondere weder in dieser noch in abgewandelter Form an Dritte weitergegeben noch von dem Auftraggeber außerhalb des Vertragsumfangs für eigene Zwecke genutzt werden.
- 12.5. Wird im Zusammenhang mit dem Werbemittel eine Grafikdatei oder in sonstiger Art und Weise der Name, das Logo, das Unternehmenskennzeichen, die Marke, ein Werktitel oder eine sonstige geschäftliche Bezeichnung verwendet, so gewährt der Auftraggeber MB für die Dauer des Vertrages das nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht zur Nutzung der Grafikdatei oder der entsprechenden Zeichen in dem jeweiligen Werbemittel.
- 12.6. Von MB für den Auftraggeber gestaltete Anzeigenmotive oder sonstige Inhalte dürfen nur für bei MB gebuchte Kampagnen verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

13. Laufzeit

- 13.1. Der Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit.
- 13.2. Sollten die Parteien keine ausdrückliche Vertragslaufzeit vereinbart haben, so sind die Schaltungen der Werbemittel mit einem Vorlauf von mindestens zwei Wochen so durch den Auftraggeber abzurufen, dass der Beginn der Ausspielung der Werbemittel innerhalb einer Frist von 12 Monaten nach Vertragsschluss liegt. Erfolgt der Abruf nicht fristgerecht, verfällt der Anspruch des Auftraggebers auf Ausspielung der Werbemittel. Der Auftraggeber bleibt in diesem Fall zur Zahlung der vereinbarten Vergütung verpflichtet. Kann trotz rechtzeitigen Abrufs durch den Auftraggeber mit der Ausspielung der Werbemittel aus von MB zu vertretenden Gründen nicht innerhalb der genannten Frist begonnen werden, verfällt der Anspruch des Auftraggebers nicht. Die Parteien verständigen sich in diesem Fall über den tatsächlichen Ausspielungsbeginn.
- 13.3. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund nach vorheriger Abmahnung bleibt hiervon unberührt. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen. Ein Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund liegt insbesondere vor, wenn eine der Parteien trotz einer schriftlichen Abmahnung wiederholt eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine fortdauernde Vertragsverletzung innerhalb angemessener Frist nicht abstellt oder deren Folgen nicht beseitigt, gegen eine und/oder beide Parteien und/oder gegen ein von MB vermarktetes Online-Medium infolge einer vertragsgegenständlichen Leistung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde oder für MB der begründete Verdacht besteht, dass der Auftraggeber oder die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte gegen geltende rechtliche Bestimmungen, insbesondere des

Strafgesetzbuches, des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages oder die geltenden Werberichtlinien, verstößt bzw. verstoßen; ein begründeter Verdacht besteht, sobald MB auf Tatsachen gestützte Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen rechtliche Bestimmungen vorliegen, insbesondere ab der Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen MB, den Auftraggeber und/oder gegen die von MB vermarkteten Online-Medien bzw. ab der Aufforderung zu einer Stellungnahme durch die zuständigen Stellen. Ein Grund zur fristlosen Kündigung besteht darüber hinaus, wenn gegen eine der Vertragsparteien Vollstreckungsmaßnahmen ausgebracht und nicht innerhalb von einem Monat aufgehoben wurden.

14. Störungen des Vertragsverhältnisses bei höherer Gewalt

Ist die Durchführung eines Vertrages ganz oder in Teilen aus Gründen unmöglich, die MB nicht zu vertreten hat, insbesondere wegen höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, aufgrund von behördlichen Maßnahmen zur Bekämpfung von Pandemien, aufgrund von Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so gilt die Vertragslaufzeit für die Dauer des Bestehens des Hinderungsgrundes als unterbrochen. Mit Wegfall des Hinderungsgrundes läuft die vereinbarte Laufzeit weiter. Besteht der Hinderungsgrund länger als sechs Monate, hat jede Partei das Recht, den Vertrag außerordentlich zu kündigen. Fällt die Durchführung eines Vertrages ganz oder in Teilen aus Gründen aus, die von dem Auftraggeber zu vertreten sind, so gelten jeweils die gesetzlichen Regelungen.

15. Einschaltung Dritter

- 15.1. Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Vertrag der vorherigen Zustimmung durch MB in Textform.
- 15.2. MB ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Vertrag Dritter zu bedienen.

16. Vertraulichkeit und Presse

- 16.1. Soweit nicht anders in Textform vereinbart, werden die Vertragsparteien Einzelheiten des Vertragsverhältnisses, insbesondere die Preise und Konditionen, sowie Geschäftsgeheimnisse, von denen sie im Rahmen der Vertragsdurchführung unmittelbar oder mittelbar durch die jeweils andere Partei Kenntnis erlangen, streng vertraulich behandeln. Die Verpflichtung zur vertraulichen Behandlung gilt nicht für Informationen, die
 - der Öffentlichkeit bei Überlassung bereits bekannt sind,
 - die empfangende Partei nachweislich von Dritten rechtmäßig, insbesondere ohne Verstoß gegen bestehende Geheimhaltungspflichten, erhalten hat,
 - bei Abschluss des Vertrages bereits allgemein bekannt waren oder
 - nachträglich ohne Verstoß gegen die in dieser Vereinbarung enthaltenen Verpflichtungen allgemein bekannt geworden sind(offenkundige Informationen). Die Pflicht zur Geheimhaltung gilt außerdem nicht für Informationen, die auf Grund zwingender gesetzlicher Bestimmungen, rechtskräftiger gerichtlicher Entscheidung oder behördlicher Anordnung bekannt gegeben werden müssen oder die zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich sind.

- 16.2. MB ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Werbeauftrags den gemäß Ziffer 15 eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen. Die Verpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über eine Beendigung hinaus.
- 16.3. Presseerklärungen sowie sonstige öffentliche Verlautbarungen gegenüber Dritten über die Geschäftsbeziehung zwischen MB und dem Auftraggeber oder bezüglich der Details getroffener Vereinbarungen bedürfen der vorherigen Freigabe durch MB. Dies gilt ebenso für Logoveröffentlichungen für von MB gelieferten Logos.

17. Datenschutz und Nutzung anonymer Daten

- 17.1. Die Parteien sind sich einig, dass die Parteien im Rahmen dieses Vertrags grundsätzlich keine personenbezogenen Daten der anderen Partei verarbeiten. Hiervon ausgenommen ist die operativ-kaufmännische Durchführung dieses Vertrags (wie etwa die Speicherung von Ansprechpartnern der Parteien). Insbesondere sollen weder Auftraggeber noch Werbetreibende Daten von oder über Enduser (wie Webseitenbesucher) erheben oder anderweitig verarbeiten.
- 17.2. Sollen abweichend von Ziffer 17.1. im Rahmen der Durchführung des Vertrages personenbezogene Daten Dritter durch den Auftraggeber erhoben oder verarbeitet werden, darf dies nur in Abstimmung mit MB erfolgen. Die Parteien werden in einem solchen Fall gemeinsam die datenschutzrechtlichen Implikationen der Zusammenarbeit bewerten und vor der Verarbeitung personenbezogener Daten Dritter die ggf. erforderlichen Vereinbarungen abschließen und die gesetzlich erforderlichen Maßnahmen ergreifen.

18. Auftragsstornierungen vor Beginn der Leistungserbringung

- 18.1. Der Auftraggeber kann Verträge nach deren Zustandekommen stornieren.
- 18.2. Stornierungen von Verträgen müssen in Textform z. Hd. des Ansprechpartners des Auftraggebers bei MB erfolgen.
- 18.3. Eine kostenfreie Stornierung gewährt MB bis zu drei Wochen vor Beginn der vereinbarten Leistungserbringung. Maßgeblich für den Zeitpunkt der Stornierung ist der Zugang der formgerechten Stornierungserklärung. Wird diese Stornofrist nicht eingehalten, hat der Auftraggeber 100 % des Nettoauftragswertes zuzüglich USt. zu zahlen, sofern er nicht nachweist, dass MB durch die Nichtdurchführung des Vertrages kein wirtschaftlicher Nachteil oder nur ein wesentlich geringerer wirtschaftlicher Nachteil entsteht bzw. entstanden ist.
- 18.4. Nach Beginn der Leistungserbringung ist eine Stornierung ausgeschlossen.
- 18.5. Technische Kosten und Kosten für Kreativleistungen, die bis zum Zeitpunkt der Stornierung für die Buchung entstanden sind, werden dem Kunden vollständig in Rechnung gestellt.

19. Schlussbestimmungen

- 19.1. Etwaige zusätzliche in der Preisliste, Factsheet oder Metadaten enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- 19.2. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers finden keine Anwendung, sondern MB deren Geltung nicht ausdrücklich in Textform zugestimmt hat.
- 19.3. Soweit nach dem Vertrag die Übermittlung von Erklärungen oder Informationen durch MB an den Auftraggeber vorgesehen ist, erfolgt diese Übermittlung in aller Regel per E-Mail an die von dem Auftraggeber mitgeteilte E-Mail-Adresse.
- 19.4. Ist der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist ausschließlicher Gerichtsstand für alle sich aus der Vertrag ergebenden Ansprüche Berlin. MB kann den Auftraggeber jedoch auch an seinem allgemeinen Gerichtsstand verklagen.
- 19.5. Auf den Vertrag findet ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung. Die Anwendung des UN-Kaufrechts (CISG) ist ausgeschlossen.