

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN BEI PRINT-ANZEIGENSCHALTUNGEN

1. Ein „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
2. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Spezialbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.
3. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
4. Eine Stornierung von Werbeaufträgen oder Abrufen ist nur bis zum Anzeigenschlusstermin möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per Mail bei dem Verlag eingehen.
5. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
6. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Veröffentlichung für den Verlag u. a. wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder diese Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn zu liefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Für erkennbar ungeeignete oder nicht einwandfreie Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die übliche Druckqualität der Anzeigen oder anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Formatvorgaben und technischen Vorgaben des Verlages bei der Anlieferung der Druckunterlagen erfüllt hat.
8. Kosten für die Erstellung von Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
9. Druckunterlagen werden nicht an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige zu verweigern, wenn 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 Gläubigers steht oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung eines anderen Werbemittels ist eine Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde und nur in Höhe des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Dies gilt nicht für das Rücktrittsrecht eines Verbrauchers bei einer Pflichtverletzung, die nicht in einem Mangel der Leistung besteht und vom Verlag zu vertreten ist. Die Haftung bei einer Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleibt unberührt. Ebenso die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
12. Bei Anzeigen aus dem Ausland erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich die Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige bejaht.
13. Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz im kaufmännischen Verkehr bzw. 5 % über dem Basiszinssatz im nichtkaufmännischen Verkehr sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, vor Beginn einer neuen Geschäftsverbindung und auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
16. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
17. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung in Höhe von 15 % bezogen auf das jeweils vermittelte Kundennetto (Bruttotarifpreis abzüglich kundenorientierter Rabatte) darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
18. Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
19. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentarifs. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

20. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online- Medien aller Art (einschließlich Internet) erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
21. Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Druckschrift (in Typo, grafischen Elementen, Farbigkeit, Spaltigkeit) unterscheiden müssen. Sie enthalten Text und Werbung Dritter. Sie sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag mit dem Wort „Anzeige“ ohne Rücksprache gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Musters vor sowie das Recht, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist das Advertorial mindestens zehn Werktage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.
22. Der Ausschluss von Wettbewerbern des Werbungtreibenden wird nicht zugesichert.



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN BEI DIGITALEN ANZEIGENSCHALTUNGEN

1. Begriffsbestimmungen

1.1 „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in den von der Rauh Medien GmbH (im Folgenden: „RM“) vermarkteten Informations- und Kommunikationsdiensten (nachfolgend gemeinsam „Werbefläche“ genannt), zum Zwecke der Verbreitung.

1.2 „Werbekunde“ ist diejenige Person oder das Unternehmen, für die die RM Werbemittel platzieren soll. Werbekunde kann entweder der Werbetreibende selbst (der eigene Waren oder Dienstleistungen bewirbt) oder eine Agentur sein, die im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und Dienstleistungen wirbt.

1.3 Ein „Werbemittel“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind die Werbematerialien, die der Werbekunde RM zur Platzierung auf den Werbepätzen zur Verfügung stellt.

2. Vertragsschluss

2.1 Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag durch die Auftragsbestätigung (schriftlich, per E-Mail oder per Telefax) zustande. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen können nicht als Wille zum Abschluss einer Vereinbarung gedeutet werden.

2.2 Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbetreibender Werbekunde werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die RM ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

2.3 Die AGB der RM für Anzeigenschaltung (digital) können sich ändern. Deswegen gelten die AGB immer nur für den jeweiligen Werbeauftrag in der zum Zeitpunkt des Abschlusses des Werbeauftrags geltenden Fassung.

2.4 Der Werbekunde hat RM jede Änderung seiner Firma, Ansprechpartner, Anschrift oder von sonstigen Kontaktinformationen (Tel., E-Mail etc.) umgehend, spätestens binnen 5 Werktagen per per E-Mail anzuzeigen.

2.5 Der Werbekunde ist nicht berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbeauftrag gegenüber der RM (d.h. die gebuchten Werbeflächen) auf Dritte entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen, sofern nicht die ausdrückliche schriftliche Zustimmung der RM vorliegt.

2.6 RM ist berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbeauftrag abzutreten.

2.7 Für den Werbeauftrag sowie für sämtliche Leistungen, Angebote und Verträge von RM und dem Werbekunden gelten neben der Auftragsbestätigung ausschließlich die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die jeweils aktuelle Preisliste von RM, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Werbekunden ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn RM solche anderen Vertragsbedingungen zur Kenntnis gebracht wurden. Gegenbestätigungen des Werbekunden unter Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen wird hiermit widersprochen.

3. Werbeschaltung

- 3.1 RM wird das vom Werbekunden zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Werbefläche für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten AdImpressions (Aufrufe der Werbung) bzw. AdClicks (Anklicken der veröffentlichten Werbemaßnahme) auf der vertraglich festgelegten Werbefläche platzieren.
- 3.2 RM wird den Werbekunden über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten Ad Impressions und/oder Ad Clicks in einem durch RM vorgegebenen Format berichten. Maßgeblich sind insoweit die von RM über seinen Ad-Server ermittelten Daten.
- 3.3 Sollten die vertraglich vereinbarten AdImpressions oder AdClicks schon vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit erreicht werden, werden sich die Parteien über eine Erhöhung der vereinbarten Vergütung oder eine vorzeitige Beendigung der Laufzeit einigen.
- 3.4 Der Werbekunde hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbefläche an einer bestimmten Position der jeweiligen Werbefläche sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Werbefläche. Eine Umplatzierung der Werbefläche innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Werbefläche ausgeübt wird. Die buchbaren Werbeformen und Platzierungen beinhalten keine Garantie auf eine Darstellung im unmittelbar sichtbaren Bereich (first screen). Die in der Preisliste genannten TKPs oder Preise für die jeweilige Vertragslaufzeit beziehen sich auf Auslieferungen sowohl im sichtbaren als auch im nicht sichtbaren Bereich. Abweichende Vereinbarungen sind möglich.
- 3.5 Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbung nach erstmaliger Schaltung zu prüfen, soweit dies mit zumutbarem Aufwand möglich ist.
- 3.6 Soweit die Werbemittel nicht offensichtlich als Werbung erkennbar sind, ist RM berechtigt, aber nicht verpflichtet, sie als solche kenntlich zu machen oder zu verlangen, dass der Werbekunde eine entsprechende Kennzeichnung vornimmt. Hierzu zählt insbesondere die Möglichkeit, die Werbemittel mit dem Wort „Anzeige“ zu kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich abzusetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Leistungen eingeräumt, so hat der Abruf innerhalb eines Jahres seit Vertragsschluss zu erfolgen. Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausgeübt, verfällt der Anspruch nach Ablauf des Jahres ersatzlos. Die Pflicht zur Zahlung der entsprechenden Vergütung bleibt hiervon unberührt.

5. Datenanlieferung / Einbindungsnachweis

- 5.1 Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbemittel bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in vollständiger, einwandfreier und in zur Schaltung geeigneter Form anzuliefern.
- 5.2 Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterbliebener Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen.
- 5.3 RM ist berechtigt, die Werbemittel zeitlich unbegrenzt zu archivieren. Eine Verpflichtung, eine Archivierung vorzunehmen oder die Werbemittel an den Werbekunden zurückzuliefern, besteht jedoch nicht.
- 5.4 Kosten der RM für vom Werbekunden gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Werbekunde zu tragen.

6. Ablehnungsbefugnis

- 6.1 RM behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – aus wichtigem Grund wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen bzw. ohne Vorankündigung für die weitere Verbreitung zu sperren. Ein wichtiger Grund besteht insbesondere, wenn konkrete Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass das Werbemittel oder die Seite, auf die das Werbemittel verlinkt, gegen die in Ziffer 7 genannten Garantien verstößt oder die Veröffentlichung für RM unzumutbar ist.
- 6.2 RM kann ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Werbekunde nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.
- 6.3 RM wird Werbekunden über eine Ablehnung oder Sperrung sowie die Gründe hierfür informieren. Dem Werbekunden steht es frei, RM ein neues bzw. geändertes Werbemittel zur Verfügung zu stellen, welches dem in Abs. 1 und Ziffer 7 genannten Anforderungen entspricht, bzw. den rechtmäßigen Zustand der verlinkten Zielseite herzustellen. Hierdurch auftretende Verzögerungen gehen zu Lasten des Werbekunden.

7. Rechtsgewährleistung

7.1 Der Werbekunde garantiert, dass die Verwendung von Cookies und ähnlichen Technologien, die Daten auf dem Gerät des Users speichern und/oder auslesen sowie die weitere Verarbeitung personenbezogener Daten den Vorschriften der jeweils anwendbaren Datenschutzgesetze, insbesondere des Telemediengesetzes, der EU-Datenschutzgrundverordnung und der ePrivacy-Richtlinie entsprechen. Der Werbekunde garantiert ferner, dass die Werbemittel, die Seiten, auf die durch einen Link verwiesen wird, und alle von ihm eingesetzten Dienstleister (Vendoren)

- keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) verletzen und/oder
- nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere wettbewerbsrechtliche, telemedienrechtliche, datenschutzrechtliche und verbraucherrechtliche) Bestimmungen verstoßen
- und/oder nicht staatsgefährdender, rassistischer, Gewalt verherrlichender, pornografischer oder jugendgefährdender Natur sind und/oder
- keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links, Programme oder Verfahren, die das Netzwerk der RM (einschließlich sämtlicher eingesetzter Hard- und Software) oder einzelne Betreiber oder Internetnutzer schädigen können, beinhalten oder deren Verbreitung ermöglichen und/oder
- alle erforderlichen Einwilligungen zur Vervielfältigung/Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachen oder anderen Verwertungsformen (ggf. auch seitens Verwertungsgesellschaften) haben.

7.2 Der Werbekunde überträgt RM die für die Durchführung des Werbeauftrages erforderlichen zeitlich, örtlich und inhaltlich beschränkte Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige sui generis Schutzrechte. Darüber hinaus sind RM sowie der jeweilige Werbeflächenbetreiber berechtigt, die vorgenannten Rechte zum Zwecke der Eigenwerbung (z.B. Pressemitteilungen und Präsentationen) auch vor und nach Ausführung des Werbeauftrags auszuüben.

7.3 Der Werbekunde (sowie ggf. die Werbeagentur) stellt RM sowie den jeweiligen Werbeflächenbetreiber auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter, einschließlich Verwertungsgesellschaften frei, die wegen der RM überlassenen und veröffentlichten Werbemittel geltend gemacht werden. Das gilt insbesondere in Bezug auf die in Abs. 1 abgegebenen Garantien und mögliche Schäden, Kosten und Aufwendungen (einschließlich etwaiger Tarifgebühren von Verwertungsgesellschaften und Aufwendungen aufgrund datenschutzrechtlicher Auflagen), die der RM sowie den jeweiligen Werbeflächenbetreibern im Rahmen der Erfüllung der Werbeaufträge nach diesem Vertrag entstehen. Ferner werden RM sowie die jeweiligen Werbeflächenbetreiber von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung einschließlich Gerichts- und Anwaltskosten in gesetzlicher Höhe freigestellt. Der Werbekunde ist verpflichtet, RM für den Fall einer Inanspruchnahme durch Dritte unverzüglich, wahrheitsgemäß und vollständig nach Treu und Glauben sämtliche ihm zur Verfügung stehende Informationen mitzuteilen und Unterlagen vorzulegen, die für eine Prüfung der Ansprüche erforderlich sind.

8. Gewährleistung durch RM

8.1 RM gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Werbekunden ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, eine 100%ige Erreichbarkeit der Werbefläche zu gewährleisten. Insbesondere sind dem Werbekunden die folgenden möglichen Ausfallzeiten bekannt:

- Planmäßige Wartungsarbeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche,
- Außerplanmäßige Wartungszeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche,
- Zeiten, in denen die von RM vermarkteten Werbeflächen aufgrund technischer oder sonstiger Probleme, die nicht im Einflussbereich von RM liegen, vom Netz genommen werden müssen, bis ein reibungsloser Betrieb wieder gewährleistet werden kann, z.B. wegen Hackangriffen, höherer Gewalt, Streiks, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern, Netzbetreibern oder Leistungsbetreibern, von deren Leistung der Betrieb von RM abhängt),
- Ausfallzeiten oder Störungszeiten des AdServers von bis zu 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung.

Ebenso ist dem Werbekunden bekannt, dass Fehler in der Darstellung des Werbemittels nicht vorliegen, wenn diese durch einen der folgenden Fälle begründet sind:

- Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungs-Software und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern) oder
- Unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxies (Zwischenspeichern) oder

- Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über den vorgenannten Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Werbekunden für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

8.2 Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Werbekunde Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt RM eine ihr hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Werbekunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

8.3 Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Werbekunde bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Werbekunde nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

9. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die RM nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsbetreibern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch von RM bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Werbekunde hierüber informiert.

10. Haftung

RM haftet – gleich aus welchem Rechtsgrund – nur

- bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit eines gesetzlichen Vertreters, eines leitenden Angestellten oder sonstigen Erfüllungsgehilfen;
- dem Grunde nach bei jeder schuldhaften Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (wobei der Begriff der wesentlichen Vertragspflicht abstrakt eine solche Pflicht bezeichnet, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die jeweils andere Partei regelmäßig vertrauen darf), bei Verzug und Unmöglichkeit und Vorsatz sowie grober Fahrlässigkeit eines einfachen Erfüllungsgehilfen, wobei die Haftung bei Vermögens- und Sachschäden auf die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt ist. Die vorgenannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht in den Fällen zwingender gesetzlicher Haftung, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz, bei Übernahme einer Garantie sowie bei schuldhaften Verletzungen des Lebens, des Körpers und der Gesundheit.

11. Preise

11.1 Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Verbrauchern, wenn der von der Änderung betroffene Auftrag nicht Teil einer Rahmenvereinbarung ist und nicht später als vier Monate nach Vertragsschluss ausgeführt werden soll. Für von RM bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von RM mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Werbekunden ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung, über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

11.2 Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preislisten der RM zu halten.

12. Zahlungsverzug

12.1 Die Rechnungsstellung erfolgt bei Werbeaufträgen mit einem Buchungszeitraum von bis zu zwei Monaten nach Anfang des Buchungszeitraums. Aus ökologischer Motivation und Gründen der Nachhaltigkeit erfolgt die Rechnungsstellung vollumfänglich im digitalen Belegversand. Die vereinbarten Zahlungsfristen sind mit Erhalt des Beleges gültig, ein zusätzlicher, postalischer Versand erfolgt nicht.

12.2 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen i.H. v. 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz bei Unternehmern und 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz bei Verbrauchern und Einziehungskosten berechnet. RM kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

12.3 Im Falle des Verzugs mit mehr als einer Verbindlichkeit sind die gesamten Forderungen gegen den Werbekunden sofort zur Zahlung fällig.

12.4 Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Werbekunden, Sitz des Werbekunden im Ausland oder einem Erstauftrag durch den Werbekunden berechtigten RM, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen von Werbemitteln oder weiterer

Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

13. Stornierung von Aufträgen

13.1 Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per E-Mail bei RM eingehen. Bei einer Stornierung bis spätestens 4 Wochen vor Schaltungsbeginn entstehen dem Werbekunden keine Kosten. Bei Stornierungen von Werbemitteln nach weniger als 4 Wochen vor Schaltungsbeginn beträgt die pauschale Aufwandsentschädigung 100% des stornierten Bruttoauftragsvolumens. Dem Werbekunden bleibt jeweils der Nachweis vorbehalten, dass kein oder ein geringerer Aufwand entstanden ist. Der RM bleibt der Nachweis vorbehalten, dass ein höherer Schaden entstanden ist. Bei Teilstornierungen ist die vorstehende Regelung entsprechend anzuwenden.

13.2 RM wird sich dasjenige anrechnen lassen, was sie in Folge anderweitiger Buchungen erwerben konnte oder böswillig zu erwerben unterlassen hat.

14. Datenschutz / Vertragsstrafe bei unrechtmäßiger Nutzung

14.1 Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

14.2 RM sowie die jeweiligen Werbeflächenbetreiber sind berechtigt, die Bruttowerbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Werbekunden auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research und/oder Unternehmen, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen, weiterzuleiten. Diese Daten werden seitens des/der Unternehmen aggregiert und in den Markt kommuniziert.

14.3 Sofern beim Werbekunden anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbar) Daten aus dem Zugriff auf die ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Werbekunde diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen auf den Werbeflächen der RM generiert worden sind.

14.4 Darüber hinaus ist dem Werbekunden eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbeziehbar) aus dem Zugriff auf die von ihm für Werbeflächen der RM ausgelieferten Werbemittel untersagt. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf dem Onlineangebot der RM und deren weitere Nutzung.

14.5 Setzt der Werbekunde für die Schaltung von Werbemitteln auf den Werbeflächen der RM Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

14.6 Für jeden Verstoß gegen die Verpflichtung aus vorgenannten Absätzen (3) bis (5) zahlt der Werbekunde an RM eine Vertragsstrafe in Höhe des 10-fachen Preises des Auftrags, aus dem die unzulässige Datennutzung stammt. Etwaige weitergehende Schadenersatzansprüche bleiben unberührt.

15. Schlussbestimmungen

15.1 Erfüllungsort ist Wandlitz.

15.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Wandlitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt des Werbekunden, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und hat der Werbekunde nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Wandlitz vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

15.3 Es gilt deutsches unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

15.4 Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt der Werbeauftrag im Übrigen wirksam. Das gleiche gilt, sofern diese AGB eine Regelungslücke enthalten. Anstelle der ganz oder teilweise unwirksamen oder fehlenden Regelung tritt das, was die Parteien bei verständiger Würdigung der ganz oder teilweisen Unwirksamkeit oder des Fehlens der Regelung vereinbart hätten, falls ihnen dieser Umstand bekannt gewesen wäre, in Kraft.