

Allgemeine Geschäftsbedingungen Berliner Morgenpost GmbH-Digital (gültig ab 01.01.2017)

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend die „AGB“) regeln das Verhältnis zwischen der Berliner Morgenpost GmbH (nachfolgend „Vermarkter“) und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Werbeaufträgen für vom Vermarkter vermarktete Digital-Medien, soweit schriftlich nicht etwas anderes vereinbart wurde. Soweit diese nicht unter den Anwendungsbereich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen Berliner Morgenpost GmbH - Print fallen, gelten die AGB auch für Werbeaufträge für vom Vermarkter vermarktete Mobile- und Tablet-PC-Applikationen („Apps“) und E-Paper. Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit unter www.morgenpost.de/mediadaten unter „AGB“ aufrufen, ausdrucken sowie herunterladen bzw. speichern.

1. Definitionen

1.1 „Angebot“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot des Vermarkters über die Schaltung und Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in Medien-, Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem World Wide Web, (nachfolgend gemeinsam „Digital-Medien“ genannt) zum Zwecke der Verbreitung. Soweit nicht ausdrücklich anders als verbindliches Angebot bezeichnet, sind Angebote des Vermarkters freibleibend, d. h. nicht bindend, und stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Leistungen.

1.2 „Werbeauftrag“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot eines Auftraggebers über die Schaltung und Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Werbemittel“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in Digital-Medien zum Zweck der Verbreitung. Auftraggeber kann eine Agentur oder direkt ein Werbungtreibender sein.

1.3 Ein Werbemittel im Sinne dieser AGB kann u.a. aus einem oder mehreren der folgenden Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner, Video),
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

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 vom Vermarkter vermarkteten Digital-Medien oder durch Bestätigung des Vermarkters in Textform zustande. Sofern ein verbindliches Angebot durch den Vermarkter erfolgt, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers zustande.

2.2 Ist in dem Werbeauftrag nur ein Gesamtwervolumen festgehalten, so wird der Vermarkter die Größe und Terminierung der einzelnen Werbemittelschaltungen abhängig von der Verfügbarkeit im Einvernehmen mit dem Auftraggeber, ansonsten nach billigem Ermessen unter Berücksichtigung des Interesses des Auftraggebers, vornehmen. Der Auftraggeber trägt dafür Sorge, dass die vertragsgegenständlichen Schaltungen innerhalb der Vertragslaufzeit auch gebucht werden.

2.3 Soweit Agenturen Werbeaufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, mit der Agentur zustande. Die Agentur ist verpflichtet, dem Vermarkter auf Anforderung vor Vertragsschluss einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug und einen Mandatsnachweis zukommen zu lassen.

2.4 Werbeaufträge von Werbe- und Mediaagenturen werden nur für namentlich 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 schriftlichen Zustimmung des Vermarkters.

2.5 Sofern der Vermarkter Aufträge oder Abschlüsse über Dritte vermarkten lässt, handeln diese Dritten als Vertreter des Vermarkters und auf dessen Rechnung. Ausgenommen ist die Media Impact GmbH & Co. KG, die in eigenem Namen und auf eigene Rechnung die Produkte des Vermarkters vermarktet.

2.6 Soweit die Gewährung von AE nicht ausgeschlossen ist, wird für alle Aufträge, die über eine vom Vermarkter anerkannte Werbeagentur erteilt werden, eine Mittlergebühr von 15 % auf das Rechnungsnetto vergütet, d. h. auf die Rechnungssumme ohne Mehrwertsteuer nach Abzug von Rabatten. Ausgenommen davon sind Setup-Gebühren, technische Kosten sowie Vergütungen für Kreativleistungen.

2.7 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 Schriftformklausel.

2.8 Bei Agenturbuchungen behält sich der Vermarkter das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Auftraggeber der Agentur weiterzuleiten.

2.9 Bucht ein Auftraggeber beim Vermarkter im Rahmen eines Vertrages Werbemittel für Digital-Medien, die nicht ausschließlich vom Vermarkter vermarktet werden, bzw. über Online-Werbemittel hinausgehende Werbemittel, so kann der Vermarkter keine verbindliche Zusage über die terminliche Platzierung der Werbemittel erteilen. Etwaige Angaben zu Erscheinungsterminen sind somit jeweils vorbehaltlich von Änderungen zu verstehen.

3. Werbemittelveröffentlichung

3.1 Die Gestaltungs- und Redaktionshoheit über die vom Vermarkter vermarkteten Webseiten obliegt den jeweiligen Digital-Medien. Der Vermarkter behält sich daher in Bezug auf gebuchte Werbemittel ein Schieberecht sowie das Recht, jederzeit die Struktur der Seiten und/oder die Bezeichnung

der Bereiche zu ändern, vor. Sollen Werbemittel nur zu bestimmten Erscheinungsterminen oder an bestimmten Plätzen der Digital-Medien veröffentlicht werden, so bedarf es daher hierfür einer ausdrücklichen Vereinbarung mit dem Vermarkter. Eine geringfügige Umplatzierung der Werbemittel innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn die Umplatzierung keinen wesentlichen nachteiligen Einfluss auf die Werbewirkung des Werbemittels hat. Die Aufträge für diese Werbemittel müssen so rechtzeitig beim Vermarkter eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Veröffentlichung mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Werbemittel werden in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

3.2 Der Vermarkter ist unabhängig von der Veröffentlichung in Digital-Medien berechtigt, aber nicht verpflichtet, erteilte Werbeaufträge im Rahmen der technischen Möglichkeiten ergänzend auch in Print- und anderen Digital-Medien des Vermarkters und der mit ihm verbundenen Unternehmen zu veröffentlichen. Die für die Digital-Medien vorliegenden Vorlagen können dabei an die jeweiligen Erfordernisse angepasst werden. Die Darstellung in den Print-Medien kann vom Veröffentlichungsergebnis in den Digital-Medien abweichen.

3.3 Werbemittel werden vom Vermarkter auch auf mobilen Endgeräten ausgeliefert, sofern das stationäre Online-Angebot aufgerufen wird. Bei rechtzeitiger Mitteilung des Auftraggebers filtert der Vermarkter auf Wunsch die Werbemittelauslieferung von Online-Kampagnen auf mobilen Endgeräten. Diese Regelung gilt nicht für Mobile-spezifische Werbeformate auf WAP-Portalen.

3.4 Ein Ausschluss von Konkurrenzwerbung wird grundsätzlich nicht zugesagt.

3.5 Der Vermarkter wird die Werbemittel – abgesehen von vertraglichen Sondervereinbarungen – während des gebuchten Zeitraums und/oder bis zum Erreichen der gebuchten Medialeistung in den Werberaum einstellen. Der Vermarkter wird dem Auftraggeber über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten Ad-Impressions und/oder AdClicks in einem durch den Vermarkter vorgegebenen Format berichten. Bei langfristigen Kampagnen wird eine monatliche Ist-Abrechnung vorgenommen. Im Falle der Unterlieferung wird der Vermarkter – soweit möglich und angemessen – eine Nachlieferung entsprechend den mit dem Auftraggeber vereinbarten Ad-Impressions vornehmen. Die Nachlieferung wird – vorbehaltlich etwaiger schriftlicher Sondervereinbarungen – grundsätzlich im Anschluss an den im Vertrag vereinbarten Zeitraum abgewickelt. Im Falle einer Abweichung zwischen der vom Auftraggeber und der vom Vermarkter gemessenen Medialeistung verfahren die Parteien gemäß dem OVK-Standard.

4. Pflichten des Auftraggebers und Ablehnungsrecht des Vermarkters

4.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte, ins-besondere seine Werbemittel und die Webseiten, auf die das jeweilige Werbemittel verweist, so aus-gestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und insbesondere jugend-schutz-, presse-, wettbewerbs-, datenschutz-, straf- und mediendienstrechtliche Vorschriften einhalten. Im Falle eines Verstoßes gegen Satz 1 stellt der Auftraggeber den Vermarkter von allen etwaigen dem Vermarkter daraus entstehenden Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, voll-umfänglich auf erstes Anfordern frei. Eine Pflicht zur Prüfung der Werbemittel vor Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels besteht für den Vermarkter nicht.

4.2 Der Vermarkter behält sich vor, 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 des Vermarkters verletzt.

Die Ablehnung eines Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Bei Werbemitteln, die in ihrem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung der Digital-Medien entsprechen, behält sich der Vermarkter im Sinne seines publizistischen Auftrages ein Einspruchsrecht vor. Werbemittel, die redaktionell gestaltet sind, müssen sich eindeutig von der Grundschrift der Digital-Medien unterscheiden und mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sein. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als werbliche Veröffentlichung erkennbar sind, werden als solche vom Vermarkter mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

4.3 Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Vermarkters. Die Werbungtreibenden sind namentlich zu benennen. Der Vermarkter behält sich die Erhebung eines Verbundaufschlags bzw. eine abweichende Rabattierung vor.

4.4 Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten, auf die von dem Werbemittel verlinkt werden soll, aufrechtzuerhalten.

4.5 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, den Vermarkter hierüber unverzüglich zu informieren.

Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, haftet der Vermarkter auch nicht für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Werbemittel(inhalte) entstehenden Schaden.

4.6 Der Vermarkter ist berechtigt, die Schaltung und Veröffentlichung des gebuchten Werbemittels dann und insoweit bzw. so lange zu unterbrechen, wenn bzw. wie der Auftraggeber die Inhalte, auf die mittels Hyperlink von dem Banner verlinkt wird, verändert hat und/oder der Verdacht auf ein rechtswidriges Werbemittel und/oder einen rechtswidrigen Inhalt einer der verlinkten Webseiten 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 den Vermarkter oder den Auftraggeber wegen der Schaltung und Veröffentlichung des gebuchten Werbemittels oder im Fall von Ermittlungen staatlicher Behörden wegen derartiger Inhalte. Der Vergütungsanspruch des Vermarkters bleibt hiervon unberührt.

5. Übermittlung von Werbemitteln

5.1 Es obliegt dem Auftraggeber, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Vermarkters zur Erstellung und Übermittlung von Werbemitteln (siehe die Informationen zu technischen Spezifikationen für Werbemittel, abrufbar unter www.morgenpost.de/mediadaten unter „Technische Angaben“) entsprechende Vorlagen einschließlich aller für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien (nachfolgend „Vorlagen“) vollständig, fehler- und virenfrei sowie rechtzeitig, d. h., soweit nichts anderes vereinbart, spätestens 5 Werktage vor Veröffentlichung, anzuliefern und diese ausreichend zur Verwendung durch den Vermarkter zu kennzeichnen. Unerwünschte Veröffentlichungsergebnisse, die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen des Vermarkters zurückführen lassen, führen zu keinem Preisminderungsanspruch. Der Vermarkter ist nicht verpflichtet, die Inhalte auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen.

5.2 Kosten des Vermarkters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Vorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

5.3 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 der Vermarkter auf einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbezeichneten Art, wird der Vermarkter von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der

Schadensquelle auf die EDV-Anlage des Vermarkters) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Vermarkter behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden-infiltrierte Schadensquellen dem Vermarkter Schäden entstanden sind.

5.4 Bei nicht fristgerechter, unvollständiger und/oder nicht den technischen Spezifikationen entsprechender Anlieferung der Werbemittel ist der Vermarkter berechtigt, die vorgesehenen Platzierungen anderweitig zu besetzen, bis die Lieferung einwandfrei erfolgt. Die Durchführung des Vertrages wird dann im Ermessen des Vermarkters nachgeholt. Der Auftraggeber ist gleichwohl verpflichtet, den vollen Schaltpreis zu bezahlen.

5.5 Wenn ein Werbeauftrag nicht oder falsch durchgeführt wird, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, insbesondere Vorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig und/oder mangelhaft oder falsch gekennzeichnet abgeliefert wurden bzw. gemäß Ziffer 5.3 gelöscht wurden, hat der Vermarkter dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

5.6 Unabhängig von den Werbemitteln ist eine schriftliche Auftragserteilung mit Motivkennzeichnung erforderlich. Die Anlieferung der Vorlagen allein bedeutet keine Auftragserteilung.

5.7 Vorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Vorlagen endet einen Monat nach der erstmaligen Veröffentlichung des Werbemittels.

5.8 Soweit für das Werbemittel erforderlich benennen die Parteien für die redaktionelle Abstimmung jeweils eine verantwortliche Person.

5.9 In Ausnahmefällen kann vom Vermarkter die Bereitstellung von Werbemitteln über einen externen Adserver zugelassen werden. Für diese Fälle behält sich der Vermarkter das Recht vor, diese Werbemotive vor deren Schaltung zu sichten und eine Schaltung gegebenenfalls abzulehnen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, dem Vermarkter diese Werbemotive zwecks Sichtung vorzulegen sowie im Falle von nachträglichen Änderungen dem Vermarkter diese anzuzeigen.

6. Mängel

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. Der Vermarkter 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 den Vermarkter nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre.

Lässt der Vermarkter eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.

6.2 Der Auftraggeber wird das Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung überprüfen. So weit der Auftraggeber Kaufmann ist, müssen Mängelrügen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Vermarkter geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel, dann gilt eine Frist von sechs Monaten. Soweit der Auftraggeber Verbraucher ist, müssen Reklamationen bei offensichtlichen Mängeln binnen zwei Wochen, bei nicht offensichtlichen Mängeln binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

6.3 Der Vermarkter haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung, nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen:

(a) Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung gegenüber Unternehmern auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Vermarkters verursacht wurde.

(b) Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Vermarkter nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn.

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

6.5 Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Vermarkter unbegrenzt nach den gesetzlichen Vorschriften.

7. Screenshots (Probeabzüge)

Screenshots werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Vermarkter berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die dem Vermarkter bis zur Schaltung oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

8. Zahlungen

8.1 Zahlbar innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungserhalt netto Kasse. Skonto in Höhe von 1% des Rechnungsbetrages inkl. MwSt. wird bei Vorauszahlung des Gesamtrechnungsbetrages vor Beginn der Leistungserbringung oder bei einem spätestens mit Auftragserteilung erteilten SEPA-Mandat gewährt. Der Vermarkter behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z.B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung vor der Veröffentlichung zu verlangen. Wurde zur Begleichung der Rechnung das Lastschriftverfahren vereinbart, so ist der Vermarkter dazu verpflichtet dem Auftragsgeber Betrag und Belastungsdatum im Vorfeld mitzuteilen. Die Vorabinformation (Pre-Notification) erfolgt spätestens 4 Werktage vor Kontobelastung. Rechnungszahlern und Verbrauchern wird kein Skonto gewährt.

8.2 Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche des Vermarkters nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufrechnen. Sofern der Auftraggeber Unternehmer ist, ist er zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

8.3 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite erhoben. Der Vermarkter kann darüber hinaus die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages oder Abschlusses bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

8.4 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Vermarkter berechtigt, auch während der Laufzeit eines Vertrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

9. Werbemittelbeleg

Der Vermarkter liefert auf Wunsch einen Beleg für Werbemittel; der Vermarkter behält sich vor, hierfür eine gesonderte Vergütung zu verlangen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Vermarkters über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.

10. Preise

10.1 Preise verstehen sich stets zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Umsatzsteuer; das gilt insbesondere für in Werbeaufträgen und Preislisten genannte Preise. **10.2** Der Vermarkter ist berechtigt, die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Preisänderungen für Werbemittelverträge sind wirksam, wenn sie vom Vermarkter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Werbemittel angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Das Rücktrittsrecht gilt nicht für im Dauerschuldverhältnis abzuwickelnde Aufträge. Hier treten Änderungen der Preisliste sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

11. Rechteübertragung und -garantie

11.1 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 Werbemittelerstellung durch den Vermarkter erklärt der Auftraggeber zudem, alle zur Erstellung des Werbemittels erforderlichen Rechte zu besitzen. Er stellt den Vermarkter insofern von allen Ansprüchen Dritter auf erste Anforderung frei. Dies umfasst auch die Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Vermarkter mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

11.2 Der Auftraggeber überträgt dem Vermarkter an den von ihm zur Verfügung gestellten Inhalten die für die Erstellung und die Veröffentlichung der Werbung in Print- und Digital-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen nicht ausschließlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken und sonstigen

Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf einschließlich aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Digital-Medien, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Der Vermarkter erhält zudem zeitlich unbegrenzt das Recht zur Eigenwerbung des Vermarkters bzw. der jeweiligen Objekte. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und sind frei auf Dritte übertragbar.

11.3 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 sowie 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 des Vermarkters, der vom Vermarkter vermarkteten Online-Medien und/oder von Dritten).

11.4 Etwaige den Angeboten des Vermarkters 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 vom Auftraggeber außerhalb des Vertragsumfangs für eigene Zwecke genutzt werden.

11.5 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 dem Vermarkter für die Dauer des Vertrages das nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht zur Nutzung der Grafikdatei oder der entsprechenden Zeichen in dem jeweiligen Werbemittel.

11.6 Vom Vermarkter für den Auftraggeber gestaltete Werbemittelmotive (Promotions) dürfen nur für Werbemittel in den dafür beim Vermarkter gebuchten Titeln/Ausgaben verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen Online

12. Laufzeit

12.1 Der Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit.

12.2 Sollten die Parteien keine ausdrückliche Vertragslaufzeit vereinbart haben, so sind die Schaltungen der Werbemittel im Zweifel innerhalb eines halben Jahres nach Zustandekommen des Vertrages vom Auftraggeber abzurufen.

12.3 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:

(a) wenn eine der Parteien trotz einer schriftlichen Abmahnung wiederholt eine wesentliche Vertragspflicht verletzt,

(b) wenn eine fortdauernde Vertragsverletzung innerhalb angemessener Frist nicht abstellt oder deren Folgen nicht beseitigt,

(c) wenn gegen eine und/oder beide Parteien und/oder gegen eine vom Vermarkter vermarktete Zeitung infolge einer vertragsgegenständlichen Leistung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde

(d) für den Vermarkter 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 dem Vermarkter auf Tatsachen gestützte Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen rechtliche Bestimmungen vorliegen, insbesondere ab der Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen den Vermarkter, den Auftraggeber und/oder gegen die vom Vermarkter vermarkteten Digital-Medien bzw. ab der Aufforderung zu einer Stellungnahme durch die zuständigen Stellen.

(e) wenn über das Vermögen eines Vertragspartners ein Insolvenzverfahren eröffnet oder mangels Masse nicht eröffnet bzw. ein diesbezüglicher Antrag gestellt wird und der betroffene Vertragspartner trotz entsprechender Aufforderung die offenbare Unbegründetheit des Antrags nicht binnen einer angemessenen Frist nachweist.

(f) wenn gegen eine der Vertragsparteien Vollstreckungsmaßnahmen ausgebracht und nicht innerhalb von einem Monat aufgehoben wurden.

13. Störungen des Vertragsverhältnisses bei höherer Gewalt

Fällt die Durchführung eines Vertrages ganz oder in Teilen aus Gründen aus, die der Vermarkter nicht zu vertreten hat, insbesondere wegen Rechnerausfall, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, aufgrund von Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so einigen sich die Parteien schon jetzt auf Erfüllung nach Ablauf des Vertragszeitraumes. Der Vergütungsanspruch bleibt hiervon unberührt. Fällt die Durchführung eines Vertrages ganz oder in Teilen aus Gründen aus, die vom Auftraggeber zu vertreten sind, so gelten jeweils die gesetzlichen Regelungen.

14. Einschaltung Dritter

Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Werbeauftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Vermarkters. Der Vermarkter ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Werbeauftrag Dritter zu bedienen.

15. Vertraulichkeit und Presse

15.1 Soweit nicht schriftlich anders 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. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Der Vermarkter ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Werbeauftrags den gemäß Ziffer 14 eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen. Die Verpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über eine Beendigung hinaus.

15.2 Der Vermarkter ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze des Auftraggebers und Werbungtreibenden auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research oder vergleichbare Institutionen weiterzuleiten.

15.3 Presseerklärungen sowie sonstige öffentliche Verlautbarungen gegenüber Dritten über die Geschäftsbeziehung zwischen dem Vermarkter und dem Auftraggeber oder bezüglich der Details getroffener Vereinbarungen bedürfen der vorherigen Freigabe des Vermarkters. Dies gilt ebenso für Logoveröffentlichungen für vom Vermarkter gelieferte Logos.

16. Datenschutz

16.1 Der Auftraggeber verpflichtet sich, die jeweils gültigen gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz und zum Schutz des Fernmeldegeheimnisses einzuhalten. Der Auftraggeber wird seine Mitarbeiter sowie Erfüllungsgehilfen und deren Mitarbeiter zur Einhaltung dieser Bestimmungen verpflichten.

16.2 Sollte der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z. B. den Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln in den Digital-Medien gewinnen oder sammeln, sichert der Auftraggeber zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des Telemediengesetzes (TMG) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.

16.3 Sofern beim Auftraggeber anonyme Daten aus dem Zugriff auf die von ihm für Digital-Medien ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Auftraggeber diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen auf den Online-Medien vom Vermarkter generiert worden sind.

16.4 Darüber hinaus ist dem Auftraggeber eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten aus dem Zugriff auf die von ihm für die vom Vermarkter vermarkteten Digital-Medien aus-gelieferten Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der Auftraggeber die Daten aus Werbeschaltun-gen auf den Digital-Medien nicht für eigene Zwecke speichern, auswerten, anderweitig nutzen und/oder an Dritte weitergeben. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf den Digital-Medien und deren weitere Nutzung.

16.5 Setzt der Auftraggeber für die Schaltung von Werbemitteln auf den vom Vermarkter vermarkteten Digital-Medien Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

17. Schlussbestimmungen

17.1 Etwaige zusätzliche in der Preisliste und in den Ergänzungspreislisten enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

17.2 Soweit nach diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen Schriftform erforderlich ist, wird diese durch die Textform gewahrt.

17.3 Änderungen der AGB werden dem Auftraggeber schriftlich sowie unter www.morgenpost.de/agb mitgeteilt. Sie gelten als vom Auftraggeber genehmigt, sofern dieser nicht binnen eines Monats ab Mitteilung schriftlich widerspricht.

17.4 Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder der Vermarkter die Leistungen widerspruchslos erbringt, d. h. Werbemittel widerspruchslos geschaltet und veröffentlicht werden.

17.5 Erfüllungsort ist der Sitz des Vermarkters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Vermarkters. Bei Nichtkaufleuten bestimmt sich der Gerichtsstand nach den gesetzlichen Vorschriften. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.