

Allgemeine Geschäftsbedingungen zur Schaltung von Online- & Print Werbemitteln (Stand 10/2010)

1. Geltungsbereich

1.1 Bei diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) handelt es sich um die Nutzungsbedingungen der Firma Markgräfler Verlag GmbH (folgend auch als Auftragnehmer oder Verlag bezeichnet) für die Benutzung der Angebote und Services auf dem Internetportal www.markgraefer.de.

1.2 Diese Nutzungsbedingungen gelten für jeden, der das Portal vertraglich nutzt oder sich als Nutzer registrieren lässt, und zwar auch dann, wenn der Zugriff auf das Portal über eine andere URL erfolgt.

1.3 Diese AGB gelten für die gesamte Dauer der Geschäftsverbindung und werden vom Auftraggeber mit der Auftragserteilung anerkannt.

1.4 Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbeauftrag und Auftraggeber

2.1 „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet oder auch in Printmedien zum Zwecke der Verbreitung.

2.2 Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlags, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet.

2.3 „Auftraggeber“ ist diejenige Person oder das Unternehmen, für die www.markgraefer.de 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.

3. Werbemittel

3.1 Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- » aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner),
- » 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).
- » aus einer Grafik oder gestalteten Anzeige für den Bereich Print

3.2 Werbemittel, die aufgrund ihrer Anordnung und/oder Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3.3 Platzierung Online: Der Verlag wird das vom Auftraggeber zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Online-Werbemittel für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten AdImpressions (Aufrufe der Werbung) oder der vertraglich vereinbarten AdClicks (Anklicken der veröffentlichten Werbemittel) auf der vertraglich festgelegten Web-Seite platzieren. 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. Der Auftraggeber hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung

der Online-Werbemittel an einer bestimmten Position der jeweiligen Web-Seite sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Web-Seite. Eine Umplatzierung der Online-Werbemittel innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Online-Werbemittel ausgeübt wird.

3.4 Konkurrenzausschluss kann nicht innerhalb einer Internetseite gewährt werden, d.h. es kann nicht ausgeschlossen werden, dass Konkurrenten des Auftraggebers während des gleichen Zeitraums innerhalb der gleichen Internetseite Werbemittel schalten.

3.5 Hat der Verlag die optische und technische Gestaltung des Werbemittels für den Auftraggeber ausgeführt, so ist eine Verwendung dieser Vorlage zum Zweck anderweitiger Veröffentlichungen nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Verlags gestattet.

4. Vertragsschluss

4.1 Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags durch den Verlag zustande. Fehlt diese Bestätigung, so kommt der Auftrag mit der Veröffentlichung der Werbung zustande. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen können nicht als Wille zum Abschluss einer Vereinbarung gedeutet werden.

4.2 Bei einer Schaltung von Werbemitteln über www.markgraefer.de gibt der Auftraggeber mit Ausfüllen des Bestellformulars ein Angebot gegenüber dem Verlag ab. Der Kunde erhält vor Schaltung seines Werbemittels per E-Mail oder per Post einen Beleg mit allen relevanten Daten über die Schaltung. Diese Mail gilt lediglich als Eingangsbestätigung seines Auftrags und enthält keine Annahmeerklärung. Der Vertrag über die Schaltung kommt erst mit ausdrücklicher Auftragsbestätigung, Rechnungsstellung oder Veröffentlichung durch den Verlag zustande. Dieser kann über die Annahme dieses Angebots nach billigem Ermessen entscheiden und diese insbesondere aus den in Ziffer 8 genannten Gründen ablehnen.

4.3 Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Verlag ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

4.4 Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, Pop-up-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4.5 Der Abschluss dieses Vertrages setzt voraus, dass der Nutzer eine geschäftsfähige natürliche Person über 18 Jahre oder eine juristische Person ist.

4.6 Bei der Nutzung von Angeboten von Kooperationspartnern von www.markgraefer.de, z.B. Reisen oder Waren, aber auch Online Services, z.B. Fahrplanauskunft, wird www.markgraefer.de im Hinblick auf dieses Angebot nicht Vertragspartner des Nutzers. Die Verträge werden in den Fällen allein zwischen den Anbietern und den Nutzern geschlossen, und es gelten dafür auch ausschließlich die Vertragsbedingungen (AGB) des jeweiligen Anbieters.

5. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel 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.

6. Auftragsweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 5 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

7. Datenanlieferung

7.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel-Unterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

7.2 Der Auftraggeber hat digital übermittelte Unterlagen frei von sogenannten Computerviren oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Bei Vorliegen von Schadensquellen auf einer übermittelten Datei wird der Verlag von dieser Datei keinen Gebrauch machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung erforderlich, löschen, ohne dass der Auftraggeber in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn ihm durch solche durch den Auftraggeber infiltrierte Schadensquellen ein Schaden entstanden ist.

7.3 Bewahrt der Verlag die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.

7.4 Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Ablehnungsbefugnis

8.1 Der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, wenn

- » deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- » deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- » deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

8.2 Insbesondere kann der Verlag ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber 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.

9. Rechtegewährleistung

9.1 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. 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.

9.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online- oder Printmedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige Rechte, insbesondere das Recht zur Vielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien und Printmedien.

9.3 Der Auftraggeber hat den Verlag von allen Unterlassungs- oder Schadenersatzansprüchen freizustellen, die Dritte wegen des Inhalts oder der Gestaltung der Werbemittel geltend machen, insbesondere hat der Auftraggeber den Verlag von allen Ansprüchen aus Verstößen der Werbemittel gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere das Wettbewerbs- und Urheberrecht, freizustellen. Der Auftraggeber verpflichtet sich auch, Kosten der Veröffentlichung einer erforderlich werdenden Gegendarstellung zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. Der Auftraggeber haftet ferner für alle Folgen und Schäden aus der zumindest leicht fahrlässigen Verletzung der vorgenannten Pflichten. Insbesondere ist er verpflichtet, allen Schaden zu ersetzen, der infolge der Veröffentlichung seines Werbemittels dem Verlag entsteht.

10. Gewährleistung des Verlags

10.1 Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine möglichst dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem derzeitigen Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- » durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- » durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- » durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder
- » durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- » durch einen Ausfall des 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 Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

10.2 Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels, die keinen unwesentlichen Fehler darstellt, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rücktritt vom Vertrag.

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

10.4 Für die Veröffentlichung in Printmedien gilt: Der Auftraggeber hat die Vertragsgemäßheit der gelieferten Ware sowie der zur Korrektur übersandten Vor- und Zwischenerzeugnisse in jedem Fall zu prüfen. Die Gefahr etwaiger Fehler geht mit der Reinelayoutklärung/Freigabe auf den Auftraggeber über, soweit es sich nicht um Fehler handelt, die erst in dem sich an die Reinelayoutklärung anschließenden Fertigungsverfahren entstanden sind oder anerkannt werden konnten. Das gleiche gilt für alle sonstigen Freigabeerklärungen des Auftraggebers.

10.5 Bei farbigen Reproduktionen in allen Herstellungsverfahren können geringfügige Abweichungen bis zu 10% des Farbwertes vom Original nicht beanstandet werden. Das gleiche gilt für den Vergleich zwischen Andrucken und Auflagendruck.

11. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Verlag nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Verlags bestehen. Bei einer erheblichen Verschiebung wird der Auftraggeber informiert.

12. Haftung

12.1 Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Verlags, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften, bei Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit sowie für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.

12.2 Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

12.3 Der Verlag übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der gemachten Angaben und abgegebenen Erklärungen sowie die Identität und Integrität der Auftraggeber.

12.4 Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Werbemittelinhalte auf ihre rechtliche Zulässigkeit und auf eine mögliche Verletzung von Rechten Dritter hin zu überprüfen.

12.5 Erhält der Verlag Kenntnis von unzulässigen Inhalten oder etwaigen Rechtsverletzungen, ist er berechtigt, nach billigem Ermessen die Anzeige/den Text ganz oder teilweise ohne vorangegangene Benachrichtigung des Kunden/Nutzers wieder zu löschen oder die Abrufbarkeit der Anzeige/des Textes zu sperren.

13. Preisliste und Zahlungsbedingungen

13.1 Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragsschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste zu berechnen; dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Verbrauchern, sofern zwischen dem Vertragsschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als vier Monate vergangen sind.

13.2 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 des Verlags zu halten. Rabattgutschriften und Rabattnachlässe erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

13.3 Die Abrechnung erfolgt bei gewerblichen Kunden durch Rechnungsstellung, bzw. Abbuchung /Lastschriftverfahren. Die Rechnung geht dem Auftraggeber nach Leistungserbringung zu. Bei mehrmaligen Erscheinungsterminen im Rahmen einer Angebotsform gilt der Termin des ersten Erscheinens als Leistungserbringung und somit als Grundlage zur Rechnungslegung. Dies gilt unabhängig davon, ob der Auftraggeber Werbemittel im Online-, im Printmedium oder in beiden Medien kombiniert geschaltet hat. Die zu zahlende Vergütung ist mit Rechnungsstellung zur Zahlung fällig.

13.4 Bei privaten Auftraggebern erfolgt die Abrechnung im Lastschriftverfahren durch Vorauszahlung, wobei die Abbuchung frühestens vier Wochen vor der ersten Veröffentlichung erfolgt. Die Vergütung ist mit Vertragsschluss fällig. Dies gilt unabhängig davon, ob der Auftraggeber Werbemittel im Online-, im Printmedium oder in beiden Medien kombiniert geschaltet hat.

13.5 Der Kunde ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn die Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt oder nicht bestritten wurden.

13.6 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

13.7 Die Rechnungsstellung erfolgt nach Buchungseingang, jedoch frühestens sechs Wochen vor der vereinbarten Veröffentlichung. Bei länger laufenden Schaltungen können monatliche Vorschuss- oder Zwischenrechnungen gestellt werden.

13.8 Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Verlag bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

13.9 Rabatte werden lediglich auf die reine Medialeistung gewährt. Gestaltungskosten für Werbemittel sind von den in der Preisliste genannten Rabatten ausgenommen.

14. Nachlasserstattung

14.1 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten.

14.2 Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

15. Zahlungsverzug

15.1 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

15.2 Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Kündigung

16.1 Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

16.2 Der Kunde kann seine Werbemittelschaltung bereits vor Beendigung der Vertragslaufzeit zu den üblichen Serverzeiten deaktivieren lassen. Er bleibt in diesem Fall aber nach Maßgabe der vertraglichen Vereinbarung und Mindestlaufzeit zur Zahlung der vollen Vergütung verpflichtet. Die Kündigung aus wichtigem Grund bleibt hievon unberührt.

17. Platzierungsbestätigungen

Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

18. Datenschutz

18.1 Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. In diesem Zusammenhang werden die erforderlichen Kunden- und Lieferdaten gemäß § 33 BDSG mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung gespeichert. Im Übrigen gilt die Datenschutzerklärung des Verlags.

18.2 Der Verlag ist berechtigt, Werbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsunternehmen und/oder an Unternehmen, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen, weiterzuleiten. Ist der Auftraggeber dazu nicht bereit, hat er dies dem Auftragnehmer bei Vertragsschluss schriftlich mitzuteilen.

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

18.4 Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbare) Daten aus dem Zugriff auf die von ihm ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Auftraggeber diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne für den konkreten Werbungstreibenden, der den Auftraggeber mit der Schaltung der jeweiligen Kampagne beauftragt hat, auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen generiert worden sind.

18.5 Darüber hinaus ist dem Auftraggeber eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbeziehbar) aus dem Zugriff auf die von ihm ausgelieferten Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der Auftraggeber die Daten aus Werbeschaltungen 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 Onlineangeboten des Verlags und deren weitere Nutzung.

18.6 Setzt der Auftraggeber für die Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten des Verlags Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

19. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Für den Werbeauftrag gilt deutsches Recht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlags für alle sich aus dem Vertragsverhältnis ergebenden Streitigkeiten.

20. Widerruf nach § 312b BGB

Ist der Kunde/Nutzer Verbraucher, kann er seinen Auftrag nach §§ 312d, 355 BGB widerrufen. Der Widerruf ist binnen zwei Wochen beim Verlag auf jedem dauerhaften Datenträger (z.B. Brief, Postkarte oder Telefax) zu erklären. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung. Die Widerrufsfrist beginnt erst nach erfolgter Information des Verbrauchers nach § 312c Abs. 2 BGB sowie nach einer Belehrung über sein Widderrufsrecht, nicht jedoch vor dem Tag des Vertragsschlusses. Das Widerspruchsrecht erlischt, wenn der Verlag mit der Ausführung der Dienstleistung mit Zustimmung des Kunden/Nutzers begonnen hat oder der Kunde dies selbst veranlasst hat.

21. Mängelrüge

Der Auftraggeber hat das aktivierte Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen. Mängel sind unverzüglich zu rügen - im Falle offener Mängel bei der Einschaltung des Werbemittels, im Falle verdeckter Mängel bei ihrer Entdeckung. Unterlässt der Auftraggeber die Mängelrüge, so gilt die Einschaltung des Werbemittels als genehmigt. Der Verlag ist zur Nachbesserung berechtigt. Weitergehende Ansprüche stehen dem Werbetreibenden erst nach zwei gescheiterten Nachbesserungsversuchen oder Ablehnung der Nachbesserung durch den Verlag zu.

21.1 Informationspflichten des Auftragnehmers 21.1 Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Verlag, innerhalb von zwanzig Werktagen nach Ausführung des Auftrags folgende Informationen für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten:

» die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel

» die Ausfallzeit des Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

21.2 Der Anbieter wird dem Auftraggeber über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten AdImpression und/oder AdClicks in einem durch den Verlag vorgegebenen Format auf Anforderung berichten. Maßgeblich sind insoweit die vom Verlag über seinen Server ermittelten Daten.

23. Vertraulichkeit

Die Parteien werden über sämtliche ihnen im Zusammenhang mit der Durchführung des Vertrages bekannt werdenden betrieblichen und sonstigen geschäftlichen Informationen und Erkenntnisse der anderen Partei strikte Geheimhaltung wahren. Das gilt für alle Mitarbeiter, gegebenenfalls für den Kunden des Auftraggebers sowie für Dritte, derer sich eine Partei zur Erfüllung der aus dem Vertrag ergebenden Pflichten bedient. Die Geheimhaltungspflicht besteht auch nach Beendigung des Vertrags. Die Parteien stehen dafür ein, Mitarbeitern, gegebenenfalls den Kunden und Dritten entsprechende Geheimhaltungsverpflichtungen aufzuerlegen.

24. AGB-Änderung

Der Verlag behält sich das Recht vor, diese AGB zu ändern und dies auf der Internetseite zu präsentieren. Die Veränderung wird terminlich angezeigt und für alle laufenden Verträge gelten noch die Bedingungen, die vor der Veränderung Geltung hatten.

25 Salvatorische Klausel

Bei Unwirksamkeit einer der vorstehenden Bedingungen bleibt die Wirksamkeit der übrigen unberührt. Die unwirksame Klausel wird dann einvernehmlich durch eine andere ersetzt, die wirtschaftlich und in ihrer Intention der unwirksamen Klausel am nächsten kommt.