

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für die Buchung eines oder mehrerer Werbemittel eines Kunden (im Folgenden „AG“) in digitalen Medien (ausgenommen hiervon ist die Buchung von Anzeigen o.ä. im E-Paper und/oder in E-Magazinen) der FUNKE Medien NRW GmbH, der WVV Westdeutsche Verlags- und Werbegesellschaft mbH und/oder der Ostruh-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co. KG, Lünen (im Folgenden „Verlag“) sowie deren Veröffentlichung (im Folgenden auch „Werbefauftrag“). Für den Werbefauftrag gelten vorbehaltlich individueller Vereinbarungen zwischen dem Kunden und dem Verlag ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die jeweils aktuellen Preislisten und technischen Werbemittel-Spezifikationen. AGB des Kunden werden ausdrücklich nicht einbezogen.

1. Vertragsschluss und Buchungskonditionen

- 1.1. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich zustande durch:
 - das Angebot zum Vertragsschluss durch den AG in Textform
 - und die Annahme des Auftrages durch die Auftragsbestätigung des Verlages in Textform oder durch Veröffentlichung des Werbemittels.
- 1.2. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Aufträge von Werbeagenturen oder -mittlern werden nur für namentlich bezeichnete und identifizierbare Werbungtreibende angenommen. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur den Mandatsnachweis im Original zu verlangen und auch sich den Status als Agentur nachweisen zu lassen.
- 1.3. Die Abrechnung erfolgt auf Basis der jeweils gültigen Preisliste bzw. des Werbeauftrags durch die FUNKE Operations GmbH, Jakob-Funke-Platz 1, 45127 Essen (nachfolgend „FUNKE Operations“), die von dem Verlag mit der Abrechnung im eigenen Namen beauftragt ist.

2. Veröffentlichungszeitraum, Platzierungsangaben sowie Rotation

- 2.1. Werden mehrere Werbemittel für eine Buchung geliefert, lässt der Verlag diese standardmäßig rotieren, es sei denn der AG hat dem Verlag in einem Motioplan aufgegeben, wann welches Werbemittel zu veröffentlichen ist.
- 2.2. Die Verschiebung eines vereinbarten Kampagnenstarts ist dem Verlag spätestens fünf Werktage bis 14:00 Uhr vor dem zunächst vereinbarten Veröffentlichungstermin in Textform mitzuteilen und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Verfügbarkeiten. Für den neuen Insertionszeitpunkt gelten die jeweiligen aktuellen Konditionen und Preise.

3. Bereitstellung des Werbemittels durch den AG

- 3.1. Der AG ist verpflichtet zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motiopläne) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten ersten Veröffentlichungstermin an den Verlag per E-Mail. Für Sonderwerbeformen gilt eine Frist von zehn Werktagen.
- 3.2. Sind die Dateien auf dem Server des AG oder eines Dritten abgespeichert, teilt der AG unter Berücksichtigung der zuvor genannten Bedingungen die URL des zu schaltenden Werbemittels mit.
- 3.3. Etwaige Abweichungen sind mit dem Verlag unverzüglich in Textform abzustimmen. Das Vorstehende gilt sinngemäß auch für die vom AG genannten Adressen, auf die das Werbemittel verwiesen soll.
- 3.4. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel ist der Verlag bemüht, Ersatz beim AG anzufordern. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird jedoch keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels, insbesondere nicht für das Erreichen der gebuchten Als übernommen.
- 3.5. Die Anzahl der gelieferten – oder durch Mitteilung der URL zur Verfügung gestellten – Werbemittel bzw. der Motivauschanfragen, muss zur gebuchten Medialeistung in einem angemessenen Verhältnis unter Berücksichtigung der Branchenüblichkeit stehen; die Beurteilung der Verhältnis-

mäßigkeit obliegt dem Verlag.

Er wird den AG informieren, wenn und soweit eine Unverhältnismäßigkeit festzustellen ist. 3.6. Der Verlag übernimmt für das gelieferte Werbemittel sowie weiterer Materialien keine Verantwortung und ist nicht verpflichtet, diese an den AG zurückzuliefern. Der Verlag ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Werbemittel zeitlich unbegrenzt zu archivieren.

4. Ablehnungsbefugnis, Zurückziehen sowie Unterbrechung der Werbemittelveröffentlichung

- 4.1. Werbefaufträge sind für den Verlag bis zur Vorlage des Werbemittels durch den AG und seiner Billigung durch den Verlag kündbar. Der Verlag behält sich zudem vor, Werbemittel auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn:
 - deren Inhalt gegen Rechte Dritter, 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 Form, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Qualität unzumutbar ist oder
 - das Werbemittel Werbung für Dritte enthält.
- 4.2. Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten („Verbundwerbung“), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen Annahmeerklärung des Verlages in Textform.
- 4.3. Der Verlag ist berechtigt, die Veröffentlichung des Werbemittels vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der Hyperlink im Werbemittel verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen und Verfügungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet. Der AG wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Der Verlag kann dem AG anbieten, das Werbemittel durch ein alternatives Werbemittel und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen unter Wahrung der Fristen gem. Ziff. 3.1. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem AG nach Nachweis durch den Verlag oder die FUNKE Operations in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt dem Verlag. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.
- 4.4. Der Verlag ist insbesondere berechtigt, ein bereits veröffentlichtes Werbemittel gänzlich zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unabgesprochene Änderungen der Inhalte des Werbemittels vornimmt oder die URL der Verlinkung ändert oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist. In diesem Fall steht dem AG keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis zu, wobei der Verlag seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

5. Rechteeinräumung und -gewährleistung, Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen

- 5.1. Der AG überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art 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 im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.
- 5.2. Die rechtliche Verantwortung, insbesondere die wettbewerbsrechtliche Verantwortung für den Inhalt sämtlicher bereitgestellter Werbemittel, trägt ausschließlich der AG. Er ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und gewährleistet, dass durch den Inhalt der jeweiligen Werbemittel keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Er gewährleistet, im Rahmen der Vertragsbeziehung keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu verbreiten oder auf diese Bezug zu nehmen.

5.3. Der AG stellt den Verlag auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die bei der notwendigen Rechverteidigung gegenüber Dritten entstehenden Kosten. Der AG ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Verlag wird den AG über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter informieren.

6. Haftung

6.1. Der Verlag haftet unbeschränkt, soweit die Schadensursache auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit beruht. Für die leicht fahrlässige Verletzung von wesentlichen Vertragspflichten (Pflichten, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährden und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertraut) haftet der Verlag für den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden. Im Übrigen ist die Haftung des Verlages ausgeschlossen.

6.2. Der vorstehende Haftungsausschluss und die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten nicht bei der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, bei Vorliegen eines Mangels nach Übernahme einer Garantie für die Beschaffenheit des Produkts, im Falle von Verzug soweit ein fester Liefertermin vereinbart ist und bei arglistig verschwiegenen Mängeln. Gesetzlich zwingende Haftungstatbestände, insbesondere aus dem Produkthaftungsgesetz, bleiben unberührt.

6.3. Ist die Haftung des Verlages ausgeschlossen oder beschränkt, so gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Vertreter und Erfüllungsgehilfen des Verlages.

7. Gewährleistung

7.1. Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine, dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem AG ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen. Ein dem Verlag zurechenbarer Mangel in der Darstellung der Werbemittel liegt daher insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware- oder Hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienleisters oder
- wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Verlag oder anderer Betreiber
- durch Rechnerausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache oder
- durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert oder
- durch Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechners des AGs sowie der Kommunikationswege vom AG zu den Servern des Verlages entstehen.

7.2. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des AG nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung oder einer Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen.

7.3. Sollten die vom Verlag zugesagten Medialeistungen am Ende des Veröffentlichungszeitraumes nicht erreicht sein, steht dem AG eine Ausgleichsbuchung zu. Mit Ablauf der ursprünglichen Schaltdauer gilt das Werk als vollendet im Sinne von § 646 BGB.

7.4. Maßgeblich zur Ermittlung der Medialeistung ist die Zählung des Verlages. Dem AG bleibt die Möglichkeit unbenommen nachzuweisen, dass diese Zahlen unzutreffend und stattdessen andere Werte anzusetzen sind. Dies hat der AG dem Verlag innerhalb einer Frist von zehn Tagen nach Zugang der Mitteilung über die ermittelte Medialeistung in Textform mitzuteilen. Soweit die Auslieferung des Werbemittels über die vom Verlag eingesetzten Server erfolgt, hat die Mitteilung innerhalb einer Frist von drei Monaten zu erfolgen.

7.5. Bei vom Verlag zu vertretender ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der AG Anspruch auf Zahlungsminderung oder auf Schaltung eines Ersatzwerbemittels, jedoch nur in dem Umfang der Beeinträchtigung. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Verlängerung des Veröffentlichungszeitraumes bzw. der Veröffentlichung eines Ersatzwerbemittels hat der AG ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages in Bezug auf den Anteil, der noch nicht erbrachten Medialeistung; im Übrigen ist ein Rücktrittsrecht ausgeschlossen.

7.6. Bei beiderseitigen Handelsgeschäften hat der AG das geschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist bei derartigen Handelsgeschäften beginnt bei offenen Mängeln mit der Schaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der AG die Mängelrüge, so gilt die Schaltung des Werbemittels als genehmigt.

8. Vergütung, Abrechnung

8.1. Die Abrechnung der Vergütung des Verlages erfolgt auf Basis der jeweils gültigen Preisliste bzw. des Werbeauftrags durch die FUNKE Operations, die von dem Verlag mit der Abrechnung im eigenen Namen beauftragt ist.

8.2. Die Nettopreise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

8.3. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten.

8.4. Die in der Rechnung ausgewiesenen Beträge sind zum in der Rechnung ausgewiesenen Fälligkeitsdatum zur Zahlung fällig.

8.5. Bei berechtigtem Interesse kann der Verlag die Zahlung der Vergütung per Vorauskasse verlangen. Die Entscheidung liegt im Ermessen des Verlages.

9. Rabatte, Agenturvergütung

9.1. Rabatte können nur auf die reinen Werbeeröffentlichungen gewährt werden; anfallende Sonderkosten, z.B. bei Änderungen des Werbemittels, sind davon ausgenommen.

9.2. Die Agenturvergütung beträgt 15 Prozent des Auftragswertes nach allen Abzügen und ausschließlich MwSt.

9.3. Wird für konzernverbundene Unternehmen als AG eine gemeinsame Rabattierung („Konzernrabatt“) beansprucht, ist der schriftliche Nachweis der Konzernzugehörigkeit des AG erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Die Konzernzugehörigkeit ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregistrauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Ende des Abschlussjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen Bestätigung in Textform durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

9.4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der AG, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt an den Verlag zu erstatten.



10. Zahlungsverzug

- 10.1. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für noch ausstehende Schaltungen Vorauszahlung verlangen.
- 10.2. Bei Werbeaufträgen einer Werbeagentur tritt diese mit Zustandekommen des Vertrages ihre dementsprechenden Zahlungsansprüche gegen den Agenturkunden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Agenturkunden offenzulegen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung des Verlages mindestens dreißig Tage in Verzug befindet.

11. Datenschutz

- 11.1. Der AG wird hiermit gemäß Telemediengesetz (TMG), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die von ihm im Rahmen des Werbeauftrags angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG diese angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzung erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.
- 11.2. Der Verlag ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des AG bzw. des Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um dem AG die Schaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen des Verlages zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Ferner ist der Verlag berechtigt, auf diese zur Erhaltung seiner Betriebsfähigkeit zuzugreifen. Der Verlag gewährleistet die vertrauliche Behandlung dieser Daten.
- 11.3. Der Verlag verpflichtet sich seinerseits, im Rahmen des TMG, BDSG sowie der sonstigen Datenschutzbestimmungen, die ihm aus dem Nutzungsverhältnis bekannt werdenden Daten des AGs, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke dieser AGB zu verwenden, das Datengeheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist.
- 11.4. Im Bemühen, das Angebot noch effektiver zu gestalten, ist der AG damit einverstanden, dass der Verlag als Teilnehmer bei führenden Marktforschungsvorhaben Bruttowerbeumsätze des AG auf Produktebene an die durchführende Unternehmung zur Veröffentlichung übermittelt, sofern diese die ausschließliche Verwendung der Daten zu werbestatistischen Zwecken in anonymisierter Form garantiert.

12. Gerichtsstand und anwendbares Recht

- 12.1. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen gilt als ausschließlicher Gerichtsstand Essen. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des AG, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
- 12.2. Für alle Vertragsbeziehung gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts sowie der CIS.

13. Änderungsvorbehalt, Schriftformklausel, Salvatorische Klausel

- 13.1. Der Verlag behält sich eine jederzeitige Änderung der AGB sowie Preisliste vor. Die Änderungen erfolgen im Ermessen des Verlages. AGB- und Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind nur dann wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige an-

gekündigt werden. In diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu, das innerhalb von 10 Werktagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden muss.

13.2. Änderungen und Ergänzungen dieser AGB einschließlich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform (E-Mail ausreichend).

13.3. Sollte eine Regelung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt lassen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine solche wirksame Regelung treten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt.

13.4. Die Regelung in diesen AGB gehen im Konfliktfalle den Regelungen in den Preislisten, Rabattstafeln, den Targeting-Kriterien etc. vor.