

Allgemeine Geschäftsbedingungen

I. Allgemeines

a. Anwendbare Bedingungen. Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen für Internetwerbung ("**AGB**") regeln ausschließlich die Bestellung und Bereitstellung von Werbeleistungen der Triad Retail Media UK Limited, 83 Victoria Street, London SW1H0HW, Vereinigtes Königreich ("**Medienunternehmen**"), ihrer verbundenen Unternehmen (wie nachstehend definiert) oder Subunternehmer auf von dem Medienunternehmen vermarkteten Websites an Unternehmen mit Sitz in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Abweichende oder entgegenstehende Bedingungen finden keine Anwendung, sofern nicht ausdrücklich schriftlich vereinbart.

b. Zusicherung und Bestätigung der Finanzierungsquelle. Entsprechend der Richtlinien des Medienunternehmens soll unter keinen Umständen die Kampagne eines Werbetreibenden aus dem Werbemittelbudget des Werbetreibenden, das für Werbekostenzuschüsse (WKZ) bestimmt ist, oder aus Mitteln, die bereits vorgemerkt sind für oder gebunden sind an eine andere Kampagne des Medienunternehmens, finanziert werden. Der Werbetreibende erklärt mit Unterzeichnung des Werbeauftrags (wie nachstehend definiert), dass die Finanzierung dieser Kampagne des Werbetreibenden aus einer der folgenden Finanzierungsquellen des Werbetreibenden stammt:

1. Zentrales Budget für Verbraucherwerbung, Marketing oder Medien
2. Verbraucher Marketing-Mittel, die derzeit nicht an eine andere Kampagne des Medienunternehmens gebunden sind.

c. Subunternehmer. Das Medienunternehmen kann Subunternehmer, einschließlich Dritt-Ad Servern (wie nachstehend definiert), mit der Erbringung der Vertragsleistungen beauftragen. Der Werbetreibende kann die Agentur (wie nachstehend definiert) im Hinblick auf die Erfüllung seiner Verpflichtungen nach dem Werbeauftrag und diesen AGB beauftragen, jedoch mit der Maßgabe, dass der Werbetreibende weiterhin für jegliche Handlungen und Unterlassungen der Agentur haftet.

II. DEFINITIONEN

"**Werbemittel**" meint jegliche für die Schaltung auf der Website einsatzbereite Werbung, die gemäß Werbeauftrag entweder (i) dem Medienunternehmen von dem Werbetreibenden zur Verfügung gestellt oder (ii) vom Medienunternehmen auf Grundlage des vom Werbetreibenden zur Verfügung gestellten Werbematerials erstellt wird.

"**Werbetreibender**" meint den Werbetreibenden, der im anwendbaren Werbeauftrag aufgeführt ist.

"**Werbematerial**" meint Artwork, Texte oder URLs, die vom Werbetreibenden gemäß einem maßgeblichen Werbeauftrag zur Verfügung gestellt werden (i) für von dem Medienunternehmen zu erstellende Werbemittel oder (ii) für die sofortige Schaltung auf der Website.

"**Verbundenes Unternehmen**" meint, bezogen auf eine juristische Person, jede andere juristische Person, die im Sinne der §§ 15 ff. des deutschen Aktiengesetzes (AktG) (i) die erste juristische Person direkt oder indirekt beherrscht, (ii) die beherrscht wird von der ersten juristischen Person, oder (iii) die unter gemeinsamer Beherrschung steht mit der ersten juristischen Person.

"**Agentur**" meint die Werbeagentur für den Werbetreibenden, die auf dem maßgeblichen Werbeauftrag unterhalb des Feldes "Freigaben/Unterschriften der Parteien" aufgeführt ist, sofern vorhanden.

"**CPA Leistungen**" meint Leistungen, die pro Vertragsabschluss abgerechnet werden (Cost per Acquisition).

"**CPC Leistungen**" meint Leistungen, die pro Klick abgerechnet werden (Cost per Click).

"**CPL Leistungen**" meint Leistungen, die pro Lead abgerechnet werden (Cost per Lead).

"**CPM Leistungen**" meint Leistungen, die pro tausend Ad Impressions abgerechnet werden (Cost per Mille oder Tausend-Kontakt-Preis).

"**Kundenspezifisches Material**" meint kundenspezifischen Inhalt und Entwicklung, der dem Werbetreibenden zur Verfügung gestellt wird oder von dem Medienunternehmen oder seinem Drittanbieter vervollständigt wird.

"**Leistung**" oder "**Leistungen**" meint das von dem Medienunternehmen zu liefernde Inventar (z.B. Ad Impressions, Klicks oder andere erwünschte Handlungen) unter dem maßgeblichen Werbeauftrag. Der Standard sind CPM Leistungen, sofern nicht schriftlich etwas anderes zwischen den Parteien vereinbart wurde.

"**Werbefauftrag**" meint einen gegenseitig vereinbarten Werbeauftrag, der diese Bedingungen einbezieht, gemäß dem das Medienunternehmen Werbemittel auf Websites zugunsten des Werbetreibenden ausliefern wird.

"**Medienunternehmen**" meint Triad Retail Media UK Limited.

"**Werbematerial des Medienunternehmens**" meint Werbematerial, das von dem Medienunternehmen für ein Werbemittel zur Verfügung gestellt wird (und nicht von der Agentur, dem Werbetreibenden, und/oder jeweils seinen verbundenen Unternehmen und/oder Stellvertretern).

“**Richtlinien**” meint zugänglich gemachte Werbekriterien oder -spezifikationen des Medienunternehmens, einschließlich Inhaltsbeschränkungen, technischen Spezifikationen, Datenschutzrichtlinien, Richtlinien betreffend die Übereinstimmung mit dem öffentlichen Bild des Medienunternehmens, Gemeinschaftsstandards betreffend Obszönität und Unanständigkeit (unter Berücksichtigung des/der Abschnitts/Abschnitte, auf der Website auf der/denen die Werbemittel erscheinen sollen) und andere Redaktions- und Werberichtlinien.

“**Stellvertreter**” meint für eine juristische Person und/oder ihr(e) verbundenes/verbundenen Unternehmen jeden Geschäftsführer, leitenden Angestellten, Mitarbeiter, Berater, Beauftragten, Agenten und/oder Vertreter.

“**Website**” oder “**Websites**” meint in einem Werbeauftrag benannte Websites, auf denen das Medienunternehmen ein vertragliches Recht zur Schaltung von Werbemitteln hat.

“**AGB**” meint diese allgemeinen Geschäftsbedingungen.

“**Dritter**” meint eine juristische oder natürliche Person, die nicht Vertragspartei eines Werbeauftrags ist; zur Klarstellung, das Medienunternehmen, die Agentur, der Werbetreibende und alle verbundenen Unternehmen oder Stellvertreter der Vorgenannten sind keine Dritten.

“**Dritt-Ad Server**” meint einen Dritten, der Werbemittel schaltet und/oder tractet.

III. ANNAHME DES WERBEAUFTRAGS UND ÄNDERUNGEN

a. Annahme. Als Annahme des Werbeauftrags und dieser AGB gilt, je nachdem was früher eintritt, (i) die schriftliche (was, sofern nicht abweichend bestimmt, im Rahmen dieser AGB Papier-, Fax- oder E-Mail-Kommunikation einschließt) Zustimmung des Medienunternehmens und des Werbetreibenden zum Werbeauftrag, oder (ii) die Anzeige der ersten Ad Impression durch das Medienunternehmen, sofern nichts Abweichendes im Werbeauftrag vereinbart wird. Ungeachtet des Vorstehenden werden Änderungen des ursprünglich übermittelten Werbeauftrags nicht bindend, solange diese nicht schriftlich sowohl vom Medienunternehmen als auch dem Werbetreibenden bestätigt werden.

b. Annahme durch Agentur. Wenn ein Werbeauftrag im Namen des Werbetreibenden von der Agentur unterschrieben wird, wird die Agentur, auf Anfrage des Medienunternehmens, dem Medienunternehmen einen schriftlichen Nachweis der vertraglichen Beziehung zwischen Agentur und Werbetreibenden zugänglich machen. Dieser Nachweis sollte zum Beispiel die Bestätigung des Werbetreibenden beinhalten, dass die Agentur sein Vertreter und berechtigt ist, in seinem Auftrag in Verbindung mit dem Werbeauftrag und diesen AGB zu handeln.

c. Kunde des Werbetreibenden. Wenn der Werbetreibende eine Werbe- oder Medienagentur ist, muss der Kunde des Werbetreibenden, für welchen die Werbemittel nach dem maßgeblichen Werbeauftrag geschaltet werden, mit Name und Adresse in dem Werbeauftrag benannt werden. Das Medienunternehmen ist berechtigt, eine Bestätigung des Werbeauftrags an den Kunden des Werbetreibenden zu senden.

d. Änderungen. Änderungen eines angenommenen Werbeauftrags sind schriftlich vorzunehmen und schriftlich von der anderen Partei zu bestätigen.

IV. SCHALTUNG VON WERBEMITTELN

a. Einhaltung des Werbeauftrags. Das Medienunternehmen wird den Werbeauftrag einhalten und einen angemessenen Auslieferungsplan für CPM Leistungen erstellen. Das Medienunternehmen wird, im Rahmen des Werbeauftrags, ein Werbemittel auf der im Werbeauftrag benannten Website zur Verfügung stellen, wenn die Website von einem Internetnutzer besucht wird. Sofern nicht ausdrücklich abweichend im Werbeauftrag geregelt, ist der Werbetreibende nicht berechtigt zu verlangen, dass ein Werbemittel an einer bestimmten Stelle der Website platziert wird.

b. CPA Leistungen, CPL Leistungen und CPC Leistungen. Die Berechenbarkeit, Prognose und Umsetzung von CPA Leistungen, CPL Leistungen oder CPC Leistungen (sofern im Werbeauftrag vereinbart) können sich verändern. Die Auslieferung von CPA Leistungen, CPL Leistungen oder CPC Leistungen ist daher nicht garantiert. Wenn irgendwelche Leads oder Vertragsabschlüsse innerhalb von 60 Tagen nach dem vereinbarten Ende der Kampagne erzielt werden, die auf der Vertragsleistung des Medienunternehmens nach dem maßgeblichen Werbeauftrag beruhen, wird der Werbetreibende die für CPA Leistungen und CPL Leistungen vereinbarte Vergütung zahlen.

c. Überschreiten von CPM Leistungen. Wenn das Medienunternehmen mehr CPM Leistungen als im Werbeauftrag geregelt ausliefert, wird der Werbetreibende für Mehrleistungen von bis zu 2% der vereinbarten CPM Leistungen vergütet.

d. Verschiebung von Fristen. Das Medienunternehmen behält sich das Recht vor, das Datum für die Veröffentlichung von Werbemitteln angemessen zu verschieben, soweit die vereinbarten Leistungen nicht verfügbar sind oder technische Umstände die Veröffentlichung an dem vereinbarten Datum verhindern. Bei einer Verschiebung des Veröffentlichungsdatums wird das Medienunternehmen, soweit möglich und angemessen, die Interessen des Werbetreibenden gebührend berücksichtigen.

e. Änderungen der Website. Es ist möglich, dass die Website von Zeit zu Zeit geändert wird. Sobald das Medienunternehmen Kenntnis erlangt, wird das Medienunternehmen den Werbetreibenden von jeglichen Änderungen der Website informieren, die die Zielgruppe wesentlich verändern oder die im maßgeblichen Werbeauftrag angegebene Größe oder Platzierung des Werbemittels wesentlich beeinflussen. Sollte ein solcher Fall eintreten, ist

das Medienunternehmen berechtigt, die Werbemittel auf alternativen Websites zu schalten, die sich an eine ähnliche Zielgruppe wie die der veränderten Website richten, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes in dem Werbeauftrag geregelt ist.

f. Technische Spezifikationen. Das Medienunternehmen wird dem Werbetreibenden endgültige technische Spezifikationen innerhalb von fünf (5) Werktagen nach der Annahme eines Werbeauftrags übermitteln oder anderweitig elektronisch verfügbar machen. Ändert das Medienunternehmen Spezifikationen für bereits vom Werbetreibenden zur Verfügung gestellte Werbemittel nach Ablauf der Frist von fünf (5) Werktagen, kann der Werbetreibende die Auslieferung der betroffenen Werbemittel und Werbematerialien für eine angemessene Zeit aussetzen (ohne das im Werbeauftrag vereinbarte Enddatum zu beeinflussen, sofern nicht abweichend von den Parteien vereinbart), um (i) überarbeitete Werbematerialien zu übermitteln; (ii) zu beantragen, dass das Medienunternehmen das Werbemittel oder dessen Größe auf Kosten des Medienunternehmens ändert und nach Freigabe durch den Werbetreibenden innerhalb einer angemessenen Zeit die im Werbeauftrag vereinbarten Liefermengen erbringt; (iii) einen vergleichbaren Ersatz zu akzeptieren; oder (iv) wenn die Parteien sich nicht nach Treu und Glauben auf einen alternativen oder vergleichbaren Ersatz innerhalb von fünf (5) Werktagen einigen können, unverzüglich die restliche betroffene Schaltung von Werbemitteln ohne zusätzliche Kosten zu kündigen.

g. Dritt-Ad Server. Der Werbetreibende darf einen Dritt-Ad Server nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung des Medienunternehmens verwenden. Wenn ein solcher Dritt-Ad Server verwendet wird, (i) muss der Werbetreibende sicherstellen, dass der Dritt-Ad Server alle Verpflichtungen des Werbetreibenden aus dem maßgeblichen Werbeauftrag und diesen AGB erfüllt, (ii) wird der Werbetreibende alle Werbemittel, die auf der Website geschaltet werden sollen, bis spätestens fünf (5) Werktage vor dem Beginn der Schaltung an das Medienunternehmen schicken und wird keine Werbemittel auf den Websites ohne die Zustimmung des Medienunternehmens schalten, (iii) ist der Werbetreibende verantwortlich für alle Fehlfunktionen des Dritt-Ad Servers, und (iv) darf der Werbetreibende den festgelegten Dritt-Ad Server nicht ohne die vorherige schriftliche Zustimmung des Medienunternehmens ersetzen. Abschnitt V. findet entsprechend auf alle von einem Dritt-Ad Server geschalteten Werbemittel Anwendung. Sofern die Parteien sich auf CPA Leistungen, CPC Leistungen oder CPL Leistungen einigen, kann der Werbetreibende nur zur Nutzung eines Dritt-Ad Servers ermächtigt werden, wenn der Werbetreibende dem Medienunternehmen den Zugang gestattet und Kontrollrechte einräumt, um dem Medienunternehmen die Optimierung der Auslieferung von CPA Leistungen, CPC Leistungen oder CPL Leistungen zu ermöglichen.

V. WERBEMATERIALIEN

a. Compliance. Der Werbetreibende ist allein verantwortlich für Gestaltung und Inhalt der Werbemittel und Werbematerialien, die von dem Werbetreibenden zur Verfügung gestellt werden, sowie die Webseiten, auf die ein Werbemittel verlinkt. Der Werbetreibende stellt sicher, dass (i) alle Werbemittel und Werbematerialien, die von dem Werbetreibenden zur Verfügung gestellt werden, den dann geltenden Richtlinien des Medienunternehmens entsprechen, und (ii) alle solche Werbemittel und Werbematerialien, mit diesen Werbematerialien verbundener Software-Code (z.B. Pixel, Tags, JavaScript) und die Webseiten, zu denen ein Werbemittel verlinkt ist, allen anwendbaren Gesetzen entsprechen und nicht die Rechte Dritter verletzen. Ohne Einschränkung des Vorstehenden, soll kein Werbemittel oder Werbematerial überreicht werden, das:

- pornografischen Inhalt im Sinne des anwendbaren Rechts enthält;
- ein unzulässiges Angebot im Sinne des anwendbaren Rechts zum Schutze Minderjähriger darstellt;
- ein die Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigendes Angebot im Sinne des anwendbaren Rechts zum Schutze Minderjähriger darstellt;
- unzulässige Propagandamittel im Sinne des anwendbaren Rechts oder Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen im Sinne des anwendbaren Rechts enthält;
- volksverhetzende oder gewaltverherrlichende Darstellungen im Sinne des anwendbaren Rechts enthält;
- zum Rassenhass aufstachelt, den Krieg verherrlicht oder für eine terroristische Vereinigung wirbt;
- zu Rechtsverletzungen auffordert;
- beleidigende und/oder verleumderische Äußerungen und/oder Darstellungen enthält;
- wettbewerbswidrig ist;
- Malware, Spyware oder jeden anderen schädlichen Code (Viren, Würmer, Zeitbomben, Trojaner oder andere schädliche oder böartige Codes, Dateien, Skripte, Spione oder Programme) enthält;
- Tags oder andere Tracking-Technologien (so wie Cookies, Zählpixel oder Device Fingerprinting) enthält, die nicht von dem Medienunternehmen zugelassen wurden;
- sonstige rechtswidrige Inhalte enthält oder allgemein geeignet ist, das Ansehen des Medienunternehmens, eines mit dem Medienunternehmen verbundenen Unternehmen oder seiner Stellvertreter zu beeinträchtigen.

b. Zustimmung. Jede Bereitstellung von Werbemitteln auf den Websites bedarf der vorherigen Zustimmung des Inhabers der Website zu den Werbematerialien. Wenn der Inhaber der Website die überreichten Werbemittel oder Werbematerialien zurückweist, wird das Medienunternehmen den Werbetreibenden informieren. Der Werbetreibende wird wirtschaftlich angemessene Anstrengungen unternehmen, um dem Medienunternehmen alternatives Werbematerial zur Verfügung zu stellen. Sofern das alternative Werbematerial ebenfalls vom Inhaber der Website zurückgewiesen wird, können das Medienunternehmen und der Werbetreibende den Werbeauftrag ganz oder teilweise ohne zusätzliche Kosten

kündigen. Der Werbetreibende bleibt allein verantwortlich für die Werbemittel und das Werbematerial, welches vom Werbetreibenden zur Verfügung gestellt wird, auch wenn der Inhaber der Website oder das Medienunternehmen dem Werbemittel oder dem Werbematerial zugestimmt haben.

c. Zurückweisung und Entfernung. Das Medienunternehmen ist berechtigt, die Werbemittel und das Werbematerial auf jede Art schädlicher Codes sowie auch auf alle Tags oder andere Tracking-Technologien (so wie Cookies, Zählpixel oder Device Fingerprinting) zu untersuchen, und kann Werbemittel, die schädliche Codes oder nicht vom Medienunternehmen zugelassene Trackingtools enthalten, zurückweisen. Zudem behält sich das Medienunternehmen das Recht vor, nach eigenem Ermessen Werbemittel zurückzuweisen oder von der Website zu entfernen, deren vom Werbetreibenden zur Verfügung gestellte Werbematerialien, mit diesen Werbematerialien verbundener Software Code (z.B. Pixel, Tags, JavaScript) oder die Webseite, zu der das Werbemittel verlinkt ist, nicht seinen Richtlinien oder den anwendbaren Gesetzen, Verordnungen, oder anderen gerichtlichen oder behördlichen Anordnungen entsprechen. Das Medienunternehmen wird den Werbetreibenden über jede Zurückweisung oder Entfernung informieren.

d. Rechtzeitige Zurverfügungstellung. Der Werbetreibende wird dem Medienunternehmen alle vereinbarten Werbemittel und Werbematerialien, die den Anforderungen von Abschnitt V(a) entsprechen, innerhalb der im Werbeauftrag vereinbarten Frist oder, sofern keine Frist vereinbart ist, spätestens bis fünf (5) Werktagen vor dem Beginn der Kampagne zur Verfügung stellen. Sofern die vom Werbetreibenden zur Verfügung gestellten Werbemittel oder Werbematerialien beschädigt sind, nicht den Vorgaben des Medienunternehmens entsprechen, gemäß dem vorherigen Abschnitt V(c) zurückgewiesen werden können oder die aus anderen Gründen nicht angenommen werden können, wird das Medienunternehmen den Werbetreibenden informieren und der Werbetreibende ist berechtigt, dem Medienunternehmen alternative Werbemittel und Werbematerialien zur Verfügung zu stellen. Wenn bis zum Startdatum der im Werbeauftrag vereinbarten Kampagne keine annehmbaren Werbemittel und Werbematerialien eingehen und der Werbetreibende für die Verzögerung verantwortlich ist, wird das Medienunternehmen dem Werbetreibenden ab dem Startdatum der Kampagne anteilig, basierend auf dem nach dem Werbeauftrag geschuldeten Gesamtbetrag, jeden vollen Tag, an dem keine annehmbaren Werbematerialien eingehen, berechnen.

e. Links. Der Werbetreibende stellt sicher, dass jegliche aktiven URLs für Werbemittel, die in den vom Werbetreibenden überreichten Werbematerialien enthalten sind, für die Dauer der Kampagne funktionieren und die Webseite, zu der ein Werbemittel verlinkt ist, für den Nutzer verfügbar sein wird.

f. Gewährleistung. Der Werbetreibende sichert zu und gewährleistet, dass er über alle erforderlichen Lizenzen und Freigaben verfügt, um die Werbemittel und Werbematerialien (einschließlich der Links zu anderen Webseiten) wie im Werbeauftrag angegeben und gemäß diesen AGB, einschließlich allen anwendbaren, dem Werbetreibenden vor Abschluss des Werbeauftrags zugänglich gemachten Richtlinien, zu nutzen.

g. Lizenz. Der Werbetreibende räumt hiermit dem Medienunternehmen und seinen verbundenen Unternehmen die unentgeltliche, weltweite, nicht exklusive, unterlizenzierbare Lizenz ein, alle Werbematerialien, Werbemittel und anderen Inhalte, die von der Agentur im Auftrag des Werbetreibenden oder unmittelbar vom Werbetreibenden selbst im Rahmen eines maßgeblichen Werbeauftrags zur Verfügung gestellt werden, zu nutzen. Diese Lizenz umfasst alle Rechte (einschließlich, u.a., urheberrechtliche Nutzungsrechte, verwandte Rechte, Marken, Designs, Domains, Bildern von Personen, Namen und Titeln), die zur Erfüllung der nach dem Werbeauftrag vom Medienunternehmen geschuldeten Verpflichtungen erforderlich sind, insbesondere und ohne Einschränkung Vervielfältigungsrechte, Verbreitungsrechte, Rechte der öffentlichen Zugänglichmachung oder der Zugänglichmachung gegenüber einem beschränkten Personenkreis, Senderechte, Rechte der öffentlichen Wiedergabe oder der Wiedergabe gegenüber einem beschränkten Personenkreis auf jede Weise, unabhängig von den technischen Mitteln oder der Methode oder der Art der Empfangsvorrichtung sowie die Rechte zur Speicherung in und Entnahme aus Datenbanken.

h. Bearbeitung. Das Medienunternehmen ist auch berechtigt (i) alle Werbemittel und Werbematerialien, die vom Werbetreibenden zur Verfügung gestellt werden, zu bearbeiten soweit dies nützlich für die Erfüllung der Verpflichtungen des Medienunternehmens aus dem Werbeauftrag oder diesen AGB ist, einschließlich des Rechts zur technischen Änderung oder Größenänderung der Werbemittel und Werbematerialien, und (ii) die Werbemittel als Werbung zu kennzeichnen, insbesondere sie mit dem Wort "Werbung" oder ähnlichen Bezeichnungen zu beschriften und/oder sie räumlich von jeglichem vorhandenen redaktionellen Inhalt zu trennen, um den werbenden Charakter und die Werbeabsicht klarzustellen, soweit die vom Werbetreibenden überreichten Werbematerialien nicht eindeutig als Werbung erkennbar sind.

i. Marketing. Sofern nicht vom Werbetreibenden mit Wirkung für die Zukunft widerrufen, gestattet der Werbetreibende dem Medienunternehmen ferner, den Namen des Werbetreibenden, das Logo, die Werbemittel und Werbematerialien (einschließlich ihrer digitalen Vervielfältigungen) sowie Screenshots der Werbemittel auf der Website für die eigenen Marketingzwecke des Medienunternehmens auf den eigenen Webseiten des Medienunternehmens, in Newslettern, Filmen, Printmedien und allen anderen Arten von Medien wie in Abschnitt V(g) und V(h) geregelt, zu nutzen. Wenn es sich bei dem Werbetreibenden um eine Werbe- oder Medienagentur handelt, stellt der Werbetreibende sicher, dass das Medienunternehmen berechtigt ist, auch den Namen und das Logo des Kunden des Werbetreibenden in gleichem Umfang zu nutzen.

VI. ZAHLUNG UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

a. Vergütung. Die Vergütung für die Vertragsleistungen des Medienunternehmens beruht auf der bei Abschluss des Werbeauftrags geltenden offiziellen Preisliste des Medienunternehmens, sofern nicht der Werbeauftrag eine spezielle Vereinbarung hinsichtlich der Vergütung der Kampagne enthält. Das Medienunternehmen ist berechtigt, seine Preisliste mit Wirkung für die Zukunft zu ändern.

b. Rechnungen. Das Medienunternehmen wird dem Werbetreibenden die erbrachten Vertragsleistungen jeden Kalendermonat mit den vereinbarten Kosten basierend auf der tatsächlich erfolgten Auslieferung, einer Pauschalgebühr, oder basierend auf der über die Dauer des Werbeauftrags anteilig verteilten Auslieferung in Rechnung stellen. Die letzte Rechnung wird innerhalb von 90 Tagen nach Beendigung der Kampagne gestellt. Die Rechnungen werden an die im Werbeauftrag genannte Rechnungsadresse des Werbetreibenden gesandt und die vom Werbetreibenden angegebenen Informationen enthalten, so wie Bestell-Nummer, Name des Werbetreibenden, Marken- oder Kampagnenname, und jede Nummer oder erkennbare Referenz, die nach dem Werbeauftrag zur Rechnungsstellung erforderlich ist.

c. Zahlungsdatum. Der Werbetreibende wird innerhalb von 30 Tagen nach Erhalt der Rechnung, oder wie abweichend in einem im Werbeauftrag festgelegten Zahlungsplan angegeben, die Zahlung leisten. Das Medienunternehmen ist berechtigt, einen jährlichen Verzugszinssatz von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz im Sinne des § 247 BGB zu erheben, wenn sich der Werbetreibende mit der Zahlung in Verzug befindet.

d. Rechnungsgrundlage. Soweit die Auslieferung von dem Medienunternehmen getrackt wird, ist das Berichtssystem des Medienunternehmens die einzige Grundlage für Rechnungen beruhend auf der tatsächlich erfolgten Auslieferung. Sofern das Medienunternehmen nicht berechtigt ist, CPA Leistungen oder CPL Leistungen zu tracken, wird das Medienunternehmen seine Rechnungen auf die vom Werbetreibenden versandten Berichte stützen. Jeder Partei steht es frei zu beweisen, dass die Berichte der anderen Partei unrichtig sind und andere Werte zu verwenden sind.

e. Steuern. Alle vereinbarten Preise sind reine Nettobeträge und müssen zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer an das Medienunternehmen gezahlt werden.

f. Widerspruch. Der Werbetreibende hat alle Rechnungen unverzüglich zu überprüfen. Wenn der Werbetreibende nicht innerhalb von vier (4) Wochen nach Eingang der Rechnung dieser widerspricht, gilt die Rechnung als vom Werbetreibenden angenommen. Weder die Widerspruchsfrist noch ein Widerspruch seitens des Werbetreibenden führen zu einer Aufschiebung des nach Abschnitt VI(c) festgesetzten Zahlungsdatums.

g. Aufrechnung und Zurückbehaltungsrechte. Der Werbetreibende ist nur berechtigt, die Zahlungen mit rechtskräftigen oder unbestrittenen Gegenansprüchen aufzurechnen und Zurückbehaltungsrechte nur insoweit auszuüben, wie der Gegenanspruch auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

VII. TRACKING UND REPORTING

a. Auslieferung und Tracking von Werbemitteln. Das Medienunternehmen wird die Auslieferung von CPC Leistungen und CPM Leistungen durch den/die von dem Medienunternehmen verwendeten Ad Server tracken. Sofern ein Werbeauftrag CPA Leistungen oder CPL Leistungen enthält, kann der Werbetreibende dem Medienunternehmen das Tracking der Auslieferung solcher Leistungen auf den Systemen des Werbetreibenden gestatten.

b. Reporting. Das Medienunternehmen wird monatlich, entweder in elektronischer oder schriftlicher Form, über die von dem Medienunternehmen getrackte Auslieferung berichten. Wenn der Werbetreibende berechtigt ist, Tags oder andere Tracking-Technologien oder Dritt-Ad Server zu nutzen und Berichte über die Auslieferung von Werbemitteln auf die Website erhält, wird der Werbetreibende einen monatlichen Bericht, entweder in elektronischer oder schriftlicher Form, über die vom Werbetreibenden oder einem Dritten im Auftrag des Werbetreibenden getrackte Auslieferung der Werbemittel zur Verfügung stellen.

Wenn der Werbetreibende dem Medienunternehmen nicht gestattet, die Auslieferung von CPA Leistungen oder CPL Leistungen zu tracken, wird der Werbetreibende dem Medienunternehmen entweder einen Onlinezugang oder einen automatisierten Zugang zu den relevanten und nicht vertraulichen Statistiken des vom Werbetreibenden genutzten Ad Servers innerhalb von 3 Tagen ab dem Beginn der Kampagne zur Verfügung stellen oder dem Medienunternehmen während der Kampagne einen wöchentlichen Bericht, entweder in elektronischer oder schriftlicher Form, bis zum Freitag der jeweiligen Woche und innerhalb von 65 Tagen nach dem Ende der Kampagne einen Abschlussbericht betreffend aller erzielten Vertragsabschlüsse und Leads nach dem Ende der Kampagne zur Verfügung stellen.

VIII. STORNIERUNG UND KÜNDIGUNG

a. Ordentliche Kündigung. Der Werbetreibende kann den gesamten Werbeauftrag oder einen Teil davon wie folgt stornieren/kündigen:

- i. Der Werbetreibende kann ohne Kosten stornieren, sofern das Medienunternehmen eine schriftliche Mitteilung spätestens bis zwei (2) Wochen vor dem im Werbeauftrag festgelegten Startdatum der Kampagne erhält.
- ii. Bei einer Stornierung weniger als zwei (2) Wochen vor dem Startdatum ist das Medienunternehmen berechtigt, 30 % des Netto Auftragswerts zu berechnen.
- iii. Bei einer Kündigung nach dem Beginn der Kampagne ist das Medienunternehmen berechtigt, 50 % des Netto Auftragswerts der Vertragsleistungen, die im Zeitpunkt der Kündigung noch nicht erbracht worden sind, zusätzlich zu der Vergütung für bereits vor der

Wirksamkeit der Kündigung erbrachte Vertragsleistungen zu berechnen. Die Vergütung für bereits erbrachte Vertragsleistungen wird auf Grundlage der offiziellen Preisliste des Medienunternehmens berechnet.

- iv. Der Werbetreibende bleibt gegenüber dem Medienunternehmen weiterhin zur Zahlung ausstehender Beträge für kundenspezifisches Material oder Werbematerial des Medienunternehmens, das vom Medienunternehmen oder seinem Drittanbieter vor der Wirksamkeit der Kündigung vervollständigt wurde, verpflichtet. Der Werbetreibende bezahlt dieses kundenspezifische Material oder Werbematerial des Medienunternehmens innerhalb von 30 Tagen nach Erhalt der diesbezüglichen Rechnung.

b. Außerordentliche Kündigung. Sofern nichts Abweichendes in diesen AGB im Hinblick auf bestimmte Pflichtverletzungen geregelt ist, können sowohl das Medienunternehmen als auch der Werbetreibende den Werbeauftrag jederzeit kündigen, wenn die jeweils andere Partei ihre vertraglichen Verpflichtungen wesentlich verletzt und für die Pflichtverletzung verantwortlich ist und die Pflichtverletzung, sofern heilbar, nicht innerhalb von 10 Tagen geheilt wird, nachdem die nicht verletzende Partei die Pflichtverletzung schriftlich mitgeteilt hat. Wenn der Werbetreibende gegen seine Verpflichtungen dadurch verstoßen hat, dass er eine dem Werbetreibenden zur Verfügung gestellte Richtlinie dreimal wesentlich verletzt hat, und jede Verletzung rechtzeitig ihm gegenüber angezeigt wurde, kann das Medienunternehmen des Weiteren den Werbeauftrag oder Schaltungen in Verbindung mit solchen Verletzungen durch schriftliche Mitteilung kündigen, auch wenn der Werbetreibende alle Verletzungen geheilt hat. Wenn der Werbetreibende eine einzelne Verletzung einer ihm vom Medienunternehmen zur Verfügung gestellten Richtlinie nicht innerhalb der geltenden 10-Tages Heilungsfrist nach der schriftlichen Mitteilung heilt, kann das Medienunternehmen den Werbeauftrag und/oder Schaltungen in Verbindung mit einer solchen Verletzung durch schriftliche Mitteilung kündigen. Darüber hinaus kann jede Partei den Werbeauftrag aus wichtigem Grund ohne eine Kündigungsfrist in Übereinstimmung mit den geltenden Gesetzen kündigen.

IX. LEISTUNGSSTÖRUNGEN UND FEHLFUNKTION VON DRITT-AD SERVERN

a. Prüfung. Der Werbetreibende hat die Websites, auf welchen Werbemittel bereitgestellt werden, unverzüglich nach dem Beginn der Kampagne zu prüfen und das Medienunternehmen unverzüglich schriftlich über alle offensichtlichen Verstöße gegen den Werbeauftrag zu benachrichtigen. Wenn der Werbetreibende das Medienunternehmen nicht benachrichtigt, gilt die Leistungserbringung des Medienunternehmens als angenommen.

b. Ansprüche des Werbetreibenden. Wenn die Bereitstellung von Werbemitteln auf den Websites nicht dem Werbeauftrag entspricht, kann der Werbetreibende einen Ersatz verlangen, z.B. eine Ersatzlieferung des Werbemittels oder eine Lieferung des Werbemittels in einem alternativen Zeitraum. Wenn für das Medienunternehmen kein Ersatz annehmbar ist oder der Ersatz fehlschlägt, kann der Werbetreibende eine Gutschrift oder eine angemessene Minderung der vereinbarten Vergütung in dem Umfang verlangen, in dem der Zweck des Werbeauftrags beeinträchtigt war. Wenn tatsächlich erfolgte Leistungen für eine Kampagne die im Werbeauftrag vereinbarten Mengen nicht erreichen, gilt Folgendes: Der Werbetreibende und das Medienunternehmen werden wirtschaftlich vertretbare Anstrengungen unternehmen, um sich auf die Bedingungen für eine zusätzliche Lieferfrist für die Leistungen zu einigen. Wenn keine Einigung über eine Frist erzielt werden kann, kann der Werbetreibende eine Gutschrift für den Wert des nicht gelieferten Teils des Werbeauftrags verlangen.

c. Fehlfunktion von Dritt-Ad Servern. Wenn der Werbetreibende berechtigt ist, einen Dritt-Ad Server zu verwenden, und dieser Dritt-Ad Server die Werbemittel nicht schalten kann, hat der Werbetreibende das Medienunternehmen unverzüglich zu benachrichtigen. Das Medienunternehmen haftet nicht für Verstöße gegen den Werbeauftrag, die durch die Fehlfunktion eines solchen Dritt-Ad Servers verursacht werden, und diese beschränken nicht die vereinbarte Vergütung des Medienunternehmens. Der Werbetreibende kann das Medienunternehmen auffordern, selbst Werbemittel zu schalten, bis der Dritt-Ad Server in der Lage ist, die Werbemittel zu schalten. Das Medienunternehmen wird eine solche Aufforderung des Werbetreibenden nicht grundlos zurückweisen. Wenn der Werbetreibende das Medienunternehmen nicht auffordert, kann das Medienunternehmen das Inventar, das ansonsten im Rahmen des Werbeauftrags genutzt worden wäre, für die eigenen Anzeigen des Medienunternehmens oder von Dritten zur Verfügung gestellte Anzeigen nutzen. Ab der Benachrichtigung, dass der Dritt-Ad Server funktioniert, hat das Medienunternehmen 72 Stunden, um die Auslieferung der Leistungen wieder aufzunehmen.

X. HÖHERE GEWALT

Weder der Werbetreibende noch das Medienunternehmen haften für Verzögerung oder Verzug der Erfüllung ihrer jeweiligen Verpflichtungen nach diesen AGB, wenn eine solche Verzögerung oder ein solcher Verzug durch Umstände außerhalb ihres Einflussbereichs verursacht wird, einschließlich, aber nicht beschränkt auf, Feuer, Flut, Unfall, Erdbeben, Telekommunikationsleitungsstörungen, Stromausfälle, Netzwerkstörungen, Terrorismus, Hackerangriffe von Dritten, höhere Gewalt oder Arbeitskämpfe ("**Ereignis höherer Gewalt**"). Jede Partei ist berechtigt, ihre betroffenen Leistungserbringungen für die Dauer des Ereignisses höherer Gewalt, zuzüglich einer angemessenen Erholungszeit, zu verschieben. Wenn eine Leistungserbringung nicht innerhalb einer angemessenen Frist erwartet werden kann, ist jede Partei berechtigt, den Werbeauftrag vollständig oder in Teilen zu kündigen.

XI. FREISTELLUNG

a. Durch den Werbetreibenden. Der Werbetreibende wird das Medienunternehmen sowie sämtliche seiner verbundenen Unternehmen und Stellvertreter verteidigen gegen sowie freistellen und schadlos halten von sämtlichen Schäden, Haftungen, Kosten und Auslagen (einschließlich angemessener Anwaltsgebühren) (zusammenfassend "**Verluste**") resultierend aus irgendeinem Anspruch, Urteil oder Verfahren (zusammenfassend

"Ansprüche"), der/das durch einen Dritten erhoben wird und sich ergibt aus (i) einem vermeintlichen Verstoß des Werbetreibenden gegen Abschnitt XIII oder gegen die Zusicherungen und Gewährleistungen des Werbetreibenden nach Abschnitt V(f), (ii) einer Verletzung der Richtlinien durch den Werbetreibenden (in dem Umfang, in dem die Bedingungen dieser Richtlinien über E-Mail oder andere Mittel bis spätestens 14 Tage vor der anspruchsbegründenden Verletzung dem Werbetreibenden zur Verfügung gestellt wurden (z.B. indem die Richtlinien durch die Bereitstellung einer URL zur Verfügung gestellt werden)), oder (iii) dem Inhalt oder Gegenstand eines Werbemittels oder Werbematerialien in dem Umfang, in dem sie von dem Medienunternehmen in Übereinstimmung mit diesen AGB oder dem Werbeauftrag genutzt werden.

b. Durch die Agentur. Die Agentur sichert zu und gewährleistet, dass sie als Vertreter des Werbetreibenden berechtigt ist, den Werbetreibenden zu diesen AGB und diesem Werbeauftrag zu verpflichten, und dass alle Handlungen der Agentur in Zusammenhang mit diesen AGB und diesem Werbeauftrag im Rahmen dieser Vertretung erfolgen werden. Die Agentur wird das Medienunternehmen sowie sämtliche seiner verbundenen Unternehmen und Stellvertreter verteidigen gegen sowie freistellen und schadlos halten von Verlusten, welche resultieren aus (i) einem Verstoß der Agentur gegen den vorhergehenden Satz oder (ii) Ansprüchen, die von einem Dritten aufgrund der Behauptung erhoben werden, dass die Agentur ihre ausdrücklichen, agenturspezifischen Verpflichtungen unter Abschnitt XIII verletzt hat.

c. Verfahren. Die freigestellte(n) Partei(en) benachrichtigt/benachrichtigen unverzüglich die freistellende Partei von allen Ansprüchen, von denen sie Kenntnis erlangt (wobei ein Scheitern oder eine Verzögerung der Benachrichtigung nicht zu einer Befreiung der freistellenden Partei von der Verpflichtung führt, außer soweit diese Partei durch ein solches Scheitern oder eine solche Verzögerung beeinträchtigt wird) und wird: (i) die freistellende Partei auf Kosten der freistellenden Partei angemessen bei der Verteidigung oder Regulierung aller Ansprüche unterstützen; und (ii) berechtigt sein, auf eigene Kosten bei der Verteidigung aller Ansprüche mitzuwirken. Die freigestellte(n) Partei(en) stimmt/stimmen zu, dass die freistellende Partei die alleinige und ausschließliche Kontrolle über die Verteidigung und die Beilegung aller Ansprüche hat; jedoch mit der Maßgabe, dass die freistellende Partei kein Urteil hinnimmt oder einen Vergleich schließt, wodurch eine Verpflichtung oder Haftung der/den freigestellte(n) Partei(n) ohne deren vorherige schriftliche Zustimmung auferlegt wird.

d. Verantwortlichkeit. Die Verpflichtung zur Freistellung nach diesem Abschnitt XI entsteht nur, wenn die freistellende Partei für die Verluste entsprechend dem anwendbaren Recht verantwortlich ist.

XII. HAFTUNGSBESCHRÄNKUNG

In keinem Fall haftet das Medienunternehmen für Folgeschäden, Nebenschäden, Strafschäden, mittelbare, besondere oder exemplarische Schäden jedweder Art, einschließlich, aber nicht beschränkt auf, Schäden aus entgangenen Gewinn, Geschäftsausfälle, Informationsverlust und dergleichen, die dem Werbetreibenden aus dem Werbeauftrag entstehen, selbst wenn der Werbetreibende auf die Möglichkeit solcher Schäden hingewiesen wurde. Die obengenannte Haftungsbeschränkung findet keine Anwendung auf:

- i. Verluste (wie oben in Abschnitt XI(a) definiert), die aus einem vorsätzlichen oder fahrlässigen Verstoß gegen Abschnitt XIII folgen;
- ii. Verluste aus Verletzungen des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit aufgrund einer vorsätzlichen oder fahrlässigen Pflichtverletzung des Medienunternehmens, oder einem seiner rechtlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen;
- iii. Verluste resultierend aus vorsätzlichem Fehlverhalten, arglistigem Verschweigen eines Mangels, einer Garantie, Produkthaftung oder grober Fahrlässigkeit des Medienunternehmens, oder einem seiner rechtlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen;
- iv. Verluste resultierend aus jedem vorsätzlichen oder fahrlässigen Verstoß gegen eine wesentliche Vertragspflicht, d.h. eine Verpflichtung, welche die ordnungsgemäße Erfüllung des Werbeauftrags ermöglicht, auf welche der Werbetreibende vertraut hat und vertrauen durfte, und deren schuldhaftige Verletzung die Erfüllung des Vertragszwecks des Werbeauftrags gefährdet. In einem solchen Fall ist die Haftung auf solche typischerweise auftretenden Schäden beschränkt, die im Zeitpunkt der Unterzeichnung des Werbeauftrags vorhersehbar waren.

XIII. GEHEIMHALTUNG/VERTRAULICHKEIT, DATENNUTZUNG UND EIGENTUM, DATENSCHUTZ UND GESETZE

a. Definitionen und Verpflichtungen. **"Vertrauliche Informationen"** erfassen (i) sämtliche Informationen, die als "Vertraulich", "Geschützt", oder mit einer ähnlichen Erklärung der offenlegenden Partei (**"Offenlegender"**) gekennzeichnet sind, wenn diese an die empfangende Partei (**"Empfänger"**) übergeben werden; und (ii) Informationen und Daten, die vom Offenlegenden zur Verfügung gestellt werden, und die unter den mit der Offenlegung verbundenen Begleitumständen als vertraulich oder geschützt anzusehen sind. Ohne Einschränkung des Vorausgehenden vereinbaren der Offenlegende und der Empfänger, dass jeder Beitrag des Offenlegenden zu den im Werbeauftrag im Einzelnen vereinbarten Inhalten (aber nur, wenn diese sich ausdrücklich auf den jeweils Offenlegenden beziehen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf, Informationen zu Kosten, Beschreibung, Schaltung und Zielgruppen von Werbemitteln) als Vertrauliche Information des Offenlegenden behandelt wird. Der Empfänger wird die Vertraulichen Informationen genauso schützen, wie er seine eigenen Informationen ähnlicher Art schützt, keinesfalls aber mit weniger als angemessener Sorgfalt. Der Empfänger darf die Vertraulichen Informationen niemandem offenlegen, außer einem Mitarbeiter, Vertreter, verbundenen Unternehmen oder einem Dritten, der diese benötigt und der mindestens entsprechend den Regelungen in diesem Abschnitt zur Vertraulichkeit und Nichtbenutzung Vertraulicher Informationen verpflichtet ist. Der Empfänger wird die Vertraulichen Informationen nicht anders nutzen als nach dem Werbeauftrag vorgesehen.

b. Ausnahmen. Unbeschadet irgendwelcher abweichender Regelungen in diesen AGB, erfasst der Begriff "Vertrauliche Information" keine Information, die: (i) dem Empfänger vorher bekannt war; (ii) ohne Verschulden des Empfängers allgemein für die Öffentlichkeit verfügbar war oder wird; (iii) sich zu oder vor dem Zeitpunkt, in dem sie dem Empfänger vom Offenlegenden mitgeteilt wurde, ohne jede Vertraulichkeitsverpflichtung rechtmäßig im Besitz des Empfängers befand; (iv) unabhängig von und ohne Bezug zur Vertraulichen Information von den Mitarbeitern oder Vertretern des Empfängers entwickelt wurde; oder (v) vom Offenlegenden einem unbeteiligten Dritten ohne jede Vertraulichkeitsverpflichtung mitgeteilt wurde. Unbeschadet des Vorstehenden kann der Empfänger Vertrauliche Informationen des Offenlegenden offenlegen aufgrund einer bindenden Anordnung eines Gerichts oder einer anderen staatlichen Stelle, oder sofern dies anderweitig nach Gesetz oder den Regeln einer zutreffenden Wertpapierbörse erforderlich ist, oder sofern dies zur Geltendmachung der Rechte einer der Parteien nach diesen AGB erforderlich ist; jedoch vorausgesetzt, dass sich sowohl der Offenlegende als auch der Empfänger an die zum Schutz solcher Informationen vor einer Offenlegung erforderlichen Anordnungen halten.

c. Offenlegung gegenüber Marktforschungsunternehmen. Das Medienunternehmen kann Werbeinformationen in angemessenem Umfang an anerkannte Marktforschungsunternehmen weitergeben, einschließlich der Bruttowerbeumsätze des Werbetreibenden auf Produktebene.

d. Datenschutz. Der Werbetreibende verpflichtet sich, jederzeit die anwendbaren Datenschutzgesetze und Gesetze zum Schutz der Privatsphäre im Bereich der Telekommunikation einzuhalten sowie die Verpflichtung zur Einhaltung dieser Gesetze seinen Mitarbeitern aufzuerlegen.

e. Tags und andere Tracking Technologien. Der Werbetreibende ist verpflichtet, das Medienunternehmen über alle Tags und alle Technologien, die dem Werbetreibenden die Sammlung von Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Websites ermöglichen (so wie Cookies, Zählpixel oder Fingerabdruckerfassung) und die in Werbemitteln oder Werbematerialien enthalten sind oder von diesen genutzt werden, sowie über alle Dritte, die Zugang zu den durch Tags oder andere Tracking-Technologien gesammelten Daten haben, zu informieren. Ohne ausdrückliche vorherige Zustimmung des Medienunternehmens ist der Werbetreibende nur berechtigt, Daten zu sammeln, die auf einer vom Medienunternehmen bestimmten Server Plattform gehostet werden. Sofern der Werbetreibende Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Websites durch die Nutzung solcher Tags oder anderer Tracking Technologien erhält, sichert der Werbetreibende zu, dass alle Vorgaben des anwendbaren Rechts bei der Sammlung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten eingehalten werden.

f. Nutzung der gesammelten Daten.

- i. Soweit der Werbetreibende aus seinem Zugriff auf Werbemittel, die von dem Medienunternehmen für den Werbetreibenden auf die Websites ausgeliefert werden, anonyme Daten erhält, darf der Werbetreibende diese Daten im Rahmen der Kampagne zugunsten des jeweiligen Werbetreibenden (oder Kunden des Werbetreibenden, wenn der Werbetreibende eine Werbe- oder Medienagentur ist) auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen Daten erfassen, die durch das Schalten der jeweiligen Werbemittel auf den Websites generiert wurden.
- ii. Über diese Ausnahme hinaus ist es dem Werbetreibenden verboten, irgendwelche (anonymen oder personenbezogenen) Daten zu verarbeiten, zu nutzen oder weiterzugeben, die er aus dem Zugriff auf vom Medienunternehmen für den Werbetreibenden auf die Websites ausgelieferten Werbemitteln erhält. Insbesondere darf der Werbetreibende die Daten aus der Schaltung der Werbemittel auf den Websites nicht für eigene Zwecke speichern, auswerten oder in jedweder anderen Weise nutzen und/oder weitergeben. Dieses Verbot umfasst auch die Erstellung von Profilen basierend auf dem Verhalten der Nutzer auf den Websites und deren weitere Nutzung.

g. Datennutzung der Agentur. Die Agentur darf keine (anonymen oder personenbezogenen) Daten nutzen, die aus dem Zugriff auf vom Medienunternehmen für den Werbetreibenden auf die Websites ausgelieferten Werbemitteln stammen, es sei denn, dem Werbetreibenden ist die Nutzung solcher Daten erlaubt.

h. Dritte und Verbundene Unternehmen. Sofern nichts Abweichendes im Werbeauftrag geregelt ist, werden der Werbetreibende, die Agentur und das Medienunternehmen (jeweils "**Übertragender**") jeden Dritten oder verbundenen Unternehmen, der/das von dem Übertragenden bei der Erfüllung des Werbeauftrages im Auftrag dieses Übertragenden eingesetzt wird, verpflichten, Regelungen zur Vertraulichkeit, Compliance und Nichtnutzung von Informationen zu akzeptieren, die mindestens so restriktiv wie die für den Übertragenden geltenden Pflichten sind.

XIV. SONSTIGE BESTIMMUNGEN

a. Abtretung. Weder die Agentur noch der Werbetreibende sind berechtigt, irgendwelche Rechte und Pflichten weiterzuverkaufen, abzutreten oder zu übertragen, und jeder Versuch, solche Rechte und Pflichten ohne die vorherige schriftliche Erlaubnis des Medienunternehmens weiterzuverkaufen, abzutreten oder zu übertragen, ist nichtig. Alle Bestimmungen in diesen AGB und in jedem Werbeauftrag sind bindend für und zugunsten der Parteien und ihrer jeweiligen zulässigen Erwerber, Rechtsnachfolger und Zessionare.

c. Gesamte Vereinbarung. Jeder Werbeauftrag (einschließlich der AGB) bildet die gesamte Vereinbarung der Parteien im Hinblick auf deren Gegenstand und ersetzt alle früheren Mitteilungen, Zusicherungen, Abmachungen und Vereinbarungen, sowohl mündliche als auch schriftliche,

zwischen den Parteien hinsichtlich des Gegenstandes des Werbeauftrags. Der Werbeauftrag kann in mehreren Ausfertigungen unterzeichnet werden, wobei jede Ausfertigung als Original gilt und alle Ausfertigungen zusammen als dasselbe Dokument angesehen werden.

d. Konflikte. Im Fall von Widersprüchen zwischen den Bestimmungen des Werbeauftrags und den Bestimmungen dieser AGB gehen die Bestimmungen des Werbeauftrags vor.

e. Anwendbares Recht; Gerichtsstand. Für alle Werbeaufträge gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (Wien, 1980). Für zwischen Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen geschlossene Werbeaufträge vereinbaren das Medienunternehmen, der Werbetreibende und die Agentur (sofern vorhanden), dass alle Ansprüche, Gerichtsverfahren oder Rechtsstreitigkeiten, die in Verbindung mit dem Werbeauftrag (einschließlich dieser AGB) entstehen, nur vor den Gerichten in Hamburg, Deutschland, erhoben werden, und die Parteien stimmen der Zuständigkeit dieser Gerichte zu.

f. Änderung. Keine Änderung dieser AGB und des Werbeauftrags, einschließlich, aber ohne Beschränkung auf diesen Abschnitt zur Schriftform, ist bindend, sofern sie nicht schriftlich und von beiden Parteien unterschrieben ist. Änderungen dieser AGB durch das Medienunternehmen werden dem Werbetreibenden in schriftlicher Form zugesandt und gelten als angenommen, wenn der Werbetreibende diesen nicht innerhalb eines Monats ab der Benachrichtigung schriftlich widerspricht, vorausgesetzt, dass das Medienunternehmen den Werbetreibenden in der Benachrichtigung ausdrücklich über die vorgesehenen Folgen seines unterlassenen Widerspruchs hingewiesen hat.

g. Benachrichtigung. Alle Benachrichtigungen an das Medienunternehmen und den Werbetreibenden werden an die im Werbeauftrag angegebenen Kontaktdaten mit einer Kopie an die Rechtsabteilung geschickt.

h. Gültigkeit. Die Abschnitte VI, IX, XI, XII, XIII und XIV behalten auch nach Beendigung oder Ablauf dieser AGB ihre Gültigkeit. Außerdem wird jede Partei die Vertraulichen Informationen der anderen Partei auf schriftliche Anfrage unverzüglich zurückgeben oder zerstören und Werbematerialien und Ad tags bei Beendigung dieser AGB entfernen.

i. Überschriften. Abschnitts- oder Absatzüberschriften dienen in diesen AGB nur Referenzzwecken und sind nicht bei der Auslegung der Bestimmungen zu berücksichtigen.

j. Salvatorische Klausel. Sollten einzelne hierin enthaltene Bestimmungen unwirksam oder nicht durchsetzbar sein, sind diese so zu ändern, dass sie dem anwendbaren Recht entsprechen, und die übrigen Bestimmungen bleiben weiterhin in Kraft und wirksam.

April 2015