

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Onlinewerbung und für Werbeanzeigen und Beilagen in Zeitungen und Zeitschriften

der SPM Sportplatz-Media GmbH, Eiffestr. 68, 20537 Hamburg, vertreten durch den Geschäftsführer Marcel Hager, Amtsgericht Hamburg Registernummer HRB 122001.

1. Präambel

Als Vermarkter, Softwareentwickler und Innovationstreiber bietet SPM Sportplatz Media Unternehmen den direkten Zugang zur attraktiven Zielgruppe der (Amateur)sportler. Für Online-Werbeverträge mit der SPM Sportplatz-Media GmbH (im Folgenden auch: „SPM“ oder „Anbieter“) gelten, wenn nicht anders schriftlich individuell vereinbart, die nachfolgenden Bestimmungen verbindlich. Dort, wo die Parteien individuelle Vereinbarungen getroffen haben, gelten diese allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Regelungslücken ergänzend. Entgegenstehenden allgemeinen Geschäftsbedingungen des Vertragspartners wird vorsorglich widersprochen.

Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen richten sich ausschließlich an Unternehmen, Behörden und Institutionen, nicht aber an private Verbraucher.

Der Vertragspartner von SPM wird zur besseren Lesbarkeit im Folgenden als „Kunde“ oder „Auftraggeber“ benannt.

2. Zustandekommen von Verträgen

Verträge mit SPM kommen in der Regel durch schriftliches Angebot und schriftliche Annahme zustande, entweder durch

A. Ausschreibung („Pitch“)

Mit der Aufforderung des Kunden an SPM und weitere Wettbewerber, jeweils ein verbindliches Angebot abzugeben (sog. Ausschreibung oder „Pitch“) und Annahme des Angebots von SPM durch den Kunden.

Diese AGB gelten, hilfsweise ergänzend, für solche Bereiche des Vertragsverhältnisses, die in den Ausschreibungsunterlagen und/oder dem Angebot von SPM auf die Ausschreibung nicht geregelt sind.

B. Vertragsschluss durch Verhandlung

mit dem schriftlichen Angebot von SPM an den Kunden und schriftlicher Annahme durch den Kunden. Dem Schrifterfordernis genügt in der Regel der Emailverkehr.

Ein Angebot kann nur unbedingt angenommen werden. Im Zweifel ist das Angebot nach Absprache der Parteien von SPM oder dem Kunden dahingehend zu ändern, dass die Annahme durch die jeweils andere Partei unbedingt erfolgen kann.

Bei mehreren Angeboten für den erkennbar gleichen Leistungszweck gilt jeweils ausschließlich das zeitlich neueste Angebot. Die Bindung von SPM an das Angebot beträgt - wenn nicht anders im Angebot benannt – 20 Werkzeuge.

Das Erfordernis der unbedingten Annahme gilt auch dann, wenn SPM zeitgleich mehrere verbindliche Angebote zur Auswahl stellt und diese dem Kunden zur ausdrücklich wahlweisen Annahme überlässt. Wenn vorher mit dem Kunden abgesprochen, kann SPM für besonders aufwändige Angebotsberechnungen eine Kostenbeteiligung bzw. Aufwandsentschädigung verlangen.

Eventuelle Kosten(vor)anschläge (auch als „KVA“ bezeichnet) sind nicht verbindlich und dienen dem Kunden lediglich zur Orientierung über das Leistungsangebot von SPM. Anhand des KVA verschafft sich der Kunde einen Überblick, für welche Leistungen er ein verbindliches Angebot anfordern möchte. Dieses dem KVA nachfolgende Angebot kann der Kunde annehmen oder ein abgeändertes Angebot anfordern. In der Regel wird ein KVA durch die mündliche Beratung durch SPM ersetzt.

Möchte der Kunde nur Teile eines einheitlichen Angebotes annehmen, ist über die Teilleistung ein neues Angebot anzufordern. SPM hat für diese Fälle zu prüfen, ob die gewünschte Leistung technisch und wirtschaftlich teilbar ist und dann ggf. die Einzelleistung neu zu berechnen.

Kostenvoranschläge, Angebote und Annahmen sollten von den Parteien möglichst wörtlich als solche bezeichnet werden, um Missverständnisse zu vermeiden. Im Zweifel gilt das, was die Parteien aus Sicht eines objektiven Dritten offenbar erklären wollten.

Hat der Vertragsschluss ausnahmsweise per Telefon stattgefunden, wird SPM unverzüglich eine schriftliche Vertragsbestätigung anfertigen und per Telefax und/oder per Email an den Geschäftssitz bzw. die Geschäftsadresse des Kunden zusenden. Der Inhalt dieser Vertragsbestätigung gilt dann als verbindlicher Vertragsinhalt, wenn der Kunde dem dort Wiedergegeben nicht unverzüglich schriftlich widerspricht.

Anzeigenaufträge durch Werbungsmittler und Werbeagenturen werden vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarung in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen.

Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen bedürfen eine Aufhebung und die Kündigung des Vertrags zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen schuldet der Auftraggeber im Falle einer Aufhebung oder Kündigung dem Anbieter die vollständige Auftragssumme auch dann wenn die Aufhebung oder Kündigung vor vollständiger Erfüllung des Werbeauftrags durch den Anbieter erfolgte.

3. Abwicklung der Aufträge

3.1 Aufträge zur Schaltung von Werbemitteln werden vom Anbieter als Festaufträge angenommen.

3.2 Bei Festaufträgen bucht der Anbieter nach Eingang eines jeden Auftrags feste Zeiträume oder eine feste Anzahl an Auslieferungen (AdImpressions) für die Schaltung der Werbemittel.

3.3 Die vereinbarten Zeiten und Anzahl der Auslieferungen für die Platzierung der Online-Werbemittel werden vom Anbieter nach Möglichkeit eingehalten. Kann ein Werbemittel wegen höherer Gewalt oder aus sonstigen vom Anbieter nicht zu vertretenden Umständen wie z.B. technischen Störungen nicht zum vereinbarten Zeitpunkt online präsentiert werden, so ist der Anbieter berechtigt, die Online-Präsentation des Werbemittels vorzulegen oder nachzuholen. Davon wird der Auftraggeber in Kenntnis gesetzt, wenn es sich um eine mehr als nur unerhebliche Verschiebung der Online-Präsentation handelt.

4. Platzierung

4.1 Wenn dem Auftrag keine verbindliche Festlegung für die Platzierung der Werbemittel zugrunde liegt, werden die Werbemittel im Einvernehmen der Parteien platziert. Ist ein solches Einvernehmen nicht herstellbar oder sind die Vorstellungen des Auftraggebers nicht zu realisieren, entscheidet der Anbieter nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers über die Platzierung.

4.2 Für die Platzierung von Werbemitteln kommen ausschließlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind.

5. Kenntlichmachung von Werbemitteln

Werbemittel werden vom Anbieter durch Zusätze als solche kenntlich gemacht, wenn aus der Platzierung oder aufgrund der Gestaltung des Werbemittels dessen werbliche Absicht nicht deutlich genug hervorgeht.

6. Ablehnungsbefugnis

Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge wegen ihres Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen bzw. zu sperren, wenn der Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder die Veröffentlichung der Werbung für den Anbieter unzumutbar ist. Dies gilt auch für einzelne Werbemittel im Rahmen eines Abschlusses. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Darüber hinaus kann der Anbieter eine bereits veröffentlichte Werbung zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte in der Werbung selbst beziehungsweise hinter der Werbung oder durch die Verweise (Link) vornimmt, und hierdurch die Voraussetzungen von Satz 1 dieser Ziffer erfüllt werden.

7. Datenanlieferung

7.1 Der Auftraggeber ist für die vollständige Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel verantwortlich, die den Vorgaben des Anbieters entsprechen. Die Werbemittel müssen spätestens sieben Werktage vor Beginn der Schaltung angeliefert werden. Entsprechendes gilt für die vom Auftraggeber mitzuteilenden Online-Adressen, auf die das Werbemittel verweisen soll. Bei nicht ordnungsgemäßer oder verspäteter Anlieferung eines Werbemittels übernimmt der Anbieter keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels und der Anspruch des Anbieters auf Zahlung der Vergütung bleibt unberührt.

7.2 Der Anbieter ist nicht verpflichtet, Werbemittel länger als einen Monat nach Ende des Schaltzeitraums aufzubewahren.

7.3 Kosten für die Anfertigung bestellter Werbemittel sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

8. Verantwortlichkeit des Auftraggebers

8.1 Mit Erteilung des Auftrags bestätigt der Auftraggeber ausdrücklich, dass er sämtliche Urheber-, Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte an den Werbemitteln innehat, die zur Online-Vermarktung erforderlich sind. Er verpflichtet sich, dem Anbieter die für eine etwaige Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben mitzuteilen.

8.2 Im Verhältnis zum Anbieter trägt der Auftraggeber die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Werbung zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Daten. Dem Auftraggeber obliegt es, den Anbieter von Ansprüchen Dritter freizustellen, die aus der Ausführung des Auftrags gegen den Anbieter erwachsen. Der Anbieter ist nicht verpflichtet, Aufträge und Werbemittel daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Führt der Inhalt der Werbemittel zur Veröffentlichung einer Gegendarstellung, hat der Auftraggeber die Kosten der Veröffentlichung nach Maßgabe der jeweils gültigen Preisliste zu tragen.

8.3 Der Auftraggeber übernimmt ebenfalls die Verantwortung für den ordnungsgemäßen technischen Zustand der angelieferten Daten. Für Schäden/Folgeschäden aus fehlerhaften Daten oder aufgrund von Viren, Würmern, Trojanern usw., die in den angelieferten Daten enthalten sind, haftet der Auftraggeber gegenüber dem Anbieter.

8.4 Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich, örtlich 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.

8.5 Weiterhin ermächtigt der Auftraggeber den Anbieter, Werbeinformationen in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken selbst zu nutzen oder an anerkannte Marktforschungsunternehmen weiterzuleiten. Ist der Auftraggeber dazu nicht bereit, hat er dies dem Anbieter bei Vertragsschluss schriftlich mitzuteilen.

8.6 Sollte der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten des Anbieters gewinnen oder sammeln, sichert der Auftraggeber zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die jeweils gültigen datenschutzrechtlichen Vorgaben einhalten wird.

9. Gewährleistung des Anbieters

9.1 Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Produkt zu erstellen. Eine Gewährleistung erfolgt nicht bei unwesentlichen Fehlern.

9.2 Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser)
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern)
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder

9.3 Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als zehn Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

9.4 Der Auftraggeber hat bei fehlerhafter Veröffentlichung der Werbung Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzschaltung, aber nur in dem Umfang, in dem der Zweck der Werbung beeinträchtigt wurde. Ist eine Ersatzwerbung im Hinblick auf den Inhalt der Werbung nicht möglich, lässt der Anbieter eine ihm für die Ersatzwerbung gestellte angemessene Nachfrist verstreichen oder

ist die Ersatzwerbung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber in dem genannten Umfang Anspruch auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

9.5 Der Auftraggeber ist verpflichtet, die geschaltete Online-Werbung auf ihre Vertragsgemäßheit zu überprüfen und dem Anbieter Mängel innerhalb von drei Tagen nach erstmaliger Schaltung unter genauer Bezeichnung der Beanstandung schriftlich oder in Textform anzuzeigen. Nichtkaufleute haben dem Anbieter offensichtliche Mängel innerhalb von zwei Wochen nach erstmaliger Schaltung schriftlich oder in Textform anzuzeigen. Erfolgt keine fristgemäße Mängelanzeige, so entfallen sämtliche Gewährleistungsansprüche.

10. Haftung

10.1 Schadensersatzansprüche wegen Pflichtverletzung und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; im letztgenannten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des typischerweise vorhersehbaren Schadens.

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

11. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags softwarebedingt oder aus technischen Gründen, insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Providern, Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren, vom Anbieter nicht zu vertretenden Gründen aus, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

12. Preisliste

12.1 Onlinewerbung wird vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen, nach der jeweils gültigen Preisliste des Anbieters abgerechnet. Der Preis ist die Vergütung für die Schaltung der Online-Werbung. Sämtliche Preise lt. Preisliste verstehen sich als Nettopreise. Eventuelle Produktionskosten werden gesondert berechnet, sofern keine anderen Absprachen bestehen.

12.2 Preisänderungen gegenüber Unternehmen im Rahmen eines laufenden Abschlusses werden mindestens einen Monat vor Inkrafttreten dem Auftraggeber schriftlich bekanntgegeben. Der Auftraggeber hat in diesem Fall ein einmaliges Kündigungsrecht. Der Auftraggeber muss dieses Kündigungsrecht innerhalb von zwei Wochen nach Bekanntgabe durch den Anbieter schriftlich ausüben. Die Kündigung erfolgt zum Zeitpunkt der Preisänderung.

12.3. Der Anbieter behält sich das Recht vor, für Werbemittel an Plätzen oder mittels Werbeformen, die nicht als Belegungsmöglichkeit in der Preisliste aufgeführt sind, von der Preisliste abweichende Sonderpreise festzulegen.

12.4 Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Anbieters zu halten. Die vom

Anbieter gewährte Mittlervergütung, die sich aus dem Kundennetto (nach Abzug von Rabatt, Boni, Mängelnachlass) errechnet, darf an den Werbungtreibenden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

12.5 Gewährt der Anbieter dem Auftraggeber im Rahmen eines Werbeauftrags einen Naturalrabatt in Form von kostenfreier Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel mit einem festgelegten Volumen, ist die Kostenfreiheit an die vollständige Erfüllung des übrigen Werbeauftrags gekoppelt. Erfolgt eine Aufhebung oder Kündigung durch den Auftraggeber vor vollständiger Erfüllung des Werbeauftrags gemäß §2.3, wird die Veröffentlichung der im Rahmen des Naturalrabattes tatsächlich ausgelieferten Werbemittel gemäß der zum Zeitpunkt der Auslieferung gültigen Preisliste und Berücksichtigung eines im Werbeauftrag vereinbarten Rabattes, berechnet.

13. Printanzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Für Printanzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften gilt ergänzend das Folgende:

13.1 Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.

6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, können als solche vom Anbieter mit dem Wort "Anzeige" kenntlich gemacht werden.

13.2 Der Anbieter behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Anbieters abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Anbieter erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

13.3 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich.

Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Anbieter unverzüglich Ersatz an. Der Verlagsvertretung gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige.

13.4 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige innerhalb der garantierten verbreiteten Auflage beeinträchtigt wurde. Lässt der Anbieter eine ihr hierfür gesetzte angemessene Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut fehlerhaft, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Schadensersatzansprüche wegen Verschulden bei Vertragsabschluss, positiver Vertragsverletzung und/oder unerlaubter Handlung sind ausgeschlossen, es sei denn, den Organen oder Erfüllungshilfen des Anbieters fallen Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last. Schadensersatzansprüche wegen Unmöglichkeit oder Verzug sind nicht ausgeschlossen, soweit die Unmöglichkeit oder der Verzug von Organen oder Erfüllungshilfen des Anbieters zu vertreten sind; die Haftung des Anbieters ist in diesen Fällen auf den Ersatz des vorhersehbaren Schadens, höchstens jedoch auf das für die Anzeige zu entrichtende Entgelt beschränkt, soweit eine Haftung nicht aufgrund der Geschäftsbedingungen ausgeschlossen wurde. Beanstandungen können nur innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige geltend gemacht werden, es sei denn, es handele sich um versteckte Mängel.

13.5 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

13.6. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13.7. Aus einer Auflagenminderung kann nur dann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte Auflage oder - wenn eine Auflage nicht zugesichert ist - die durchschnittliche verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres um 20 v. H. unterschritten wird. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Anbieter dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

13.8 Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge.

13.9 Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Anbieters auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadensersatz. Insbesondere wird auch kein Schadensersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt, z. B. Streik, Beschlagnahme und dgl., hat der Anbieter Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der zugesicherten Druckauflage erfüllt sind.

13.10 Die Pflicht der Aufbewahrung von Druckunterlagen endet einen Monat nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht schriftlich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

13.11 Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Anbieter muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

13.12 Die Urheberrechte an den von dem Anbieter gegen Entwurfskostenbeteiligung erstellten Anzeigenentwürfen und Texten, Signets und dergleichen bleiben beim Anbieter. Die Anzeigenentwürfe und Texte, Signets und dergleichen dürfen nur für die Insertionen in den Magazinen des Anbieters bzw. der Partnermedien des Anbieters verwendet werden. Bei Zuwiderhandlung werden die üblichen und angemessenen Kosten für einen grafischen Entwurf (Texte) in Rechnung gestellt.

13.13 Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Sollten eine oder mehrere der Vertragsbedingungen durch gesetzliche Regelungen außer Kraft gesetzt werden, so gelten die entsprechenden vom Gesetzgeber ersatzweise erlassenen Bestimmungen entsprechend. Das Vertragsverhältnis als solches bleibt davon unbeeinträchtigt.

14. Rechnungsstellung

14.1 Die Rechnungsstellung erfolgt sofort nach Vertragsabschluss, spätestens aber vierzehn Tage nach erstmaliger Veröffentlichung des Werbemittels. Übersteigt die Belegungsdauer einen Monat, wird vor Beginn einer Belegungsdauer eine Rechnung über den kommenden Belegungszeitraum gestellt.

14.2 Der Anbieter behält sich ferner das Recht vor, die Berichtigung (Gutschriften, Nachberechnungen) fehlerhafter Auftragsabrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung vorzunehmen.

14.3 Für elektronische Bezahlssysteme gelten jeweils gesonderte Bedingungen.

15. Zahlungsverzug und Stundung

15.1 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Werbeschaltungen ohne Rücksicht auf das ursprünglich vereinbarte Zahlungsziel Vorauszahlung verlangen. Dasselbe gilt beim Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers.

15.2 Für die Rechtzeitigkeit der Zahlung kommt es auf die Gutschrift des Betrages auf dem Bankkonto des Anbieters an. Eingehende Zahlungen werden zunächst mit den Kosten, dann mit den Zinsen und zuletzt mit der Hauptsache verrechnet.

15.3 Eine Zurückbehaltung von Zahlungen durch den Auftraggeber aufgrund ausstehender Leistungen aus anderen Aufträgen mit dem Anbieter ist ausgeschlossen. Eine Aufrechnung mit Forderungen gegen den Anbieter ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

16. Provisionsanspruch

Eine Provision wird nur von durch den Anbieter anerkannten Werbemittlern vergütet. Voraussetzung ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittler erteilt wird, ihm die Beschaffung von Texten bzw. Daten obliegt und eine entsprechende Gewerbeanmeldung vorgelegt werden kann, aus der sich die Werbemittlertätigkeit ergibt. Dem Anbieter steht es frei, Aufträge von Werbemittlern / Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Mittlertätigkeit bestehen.

17. Auftragsabbruch des Auftraggebers

Im Falle eines Auftragsabbruches des Auftraggebers vor vollständiger Erfüllung des Werbeauftrags durch den Anbieter, ist

18. Daten

SPM wird Daten bzw. Inhalte des Kunden ausschließlich im Kundenauftrag und - wenn nicht ausdrücklich anders vereinbart - für die Nutzung durch den Kunden speichern (vervielfältigen) und bearbeiten.

SPM wird Daten bzw. Inhalte des Kunden weder selbst verwerten noch Dritten zugänglich machen.

SPM beansprucht keinerlei eigene Rechte an Daten bzw. Inhalten des Kunden und den für die Suchfunktion aufbereiteten Zusammenfassungen. Die Aufbereitung der Inhalte erfolgt automatisiert.

SPM wird ohne ausdrückliche Anweisung des Kunden keine personenbezogenen Daten (Daten von Kunden des Kunden) speichern. Wird SPM mit der Speicherung personenbezogener Daten beauftragt, wird SPM geltende Bestimmungen des Datenschutzes einhalten.

Daten und Inhalte des Kunden werden von SPM auf Kundenwunsch entweder nach Vertragsbeendigung bzw. Beendigung eines entsprechenden Einzelauftrages oder (wenn zeitlich vorgehend:) auf direkte Weisung des Kunden unverzüglich gelöscht.

SPM wird nur solche Daten dauerhaft speichern, die für die Abrechnung und ggf. Vorlage bei den Finanzbehörden nach geltendem Recht zwingend benötigt werden.

19. Änderungen der AGB

SPM behält sich das Recht vor, diese allgemeinen Geschäftsbedingungen auch nach Vertragsschluss inhaltlich zu ändern oder zu erweitern und sodann als Neufassung bekannt zu machen.

SPM wird den Kunden bei jeder Neufassung der allgemeinen Geschäftsbedingungen unverzüglich per Email benachrichtigen und zugleich dem Kunden die Neufassung mit einer drucktechnischen Hervorhebung der Änderungen übermitteln. SPM wird ergänzend auf jede wesentliche Neuerung im Ankündigungsschreiben zusammenfassend hinweisen.

Der Kunde hat SPM für diesen Zweck jederzeit eine aktuelle Email-Adresse zu benennen. Ist die Benachrichtigung erfolgt, so gilt die Neufassung als genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen zwei Wochen schriftlich (Brief, Telefax oder Email) widerspricht oder die vertraglichen Leistungen nach dem angegebenen Geltungszeitpunkt der Neufassung ohne Widerspruch weiter in Anspruch nimmt.

Für den Fall, dass der Kunde rechtlich oder technisch bedingt notwendigen Änderungen und/oder Erweiterungen widerspricht, steht SPM ein Sonderkündigungsrecht zu.

20. Schlussbestimmungen

Sollten diese allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Teile davon unwirksam sein, werden sich die Parteien hinsichtlich des unwirksamen Teils auf eine wirksame Vereinbarung einigen, die dem objektiv gewollten Regelungsinhalt am nächsten kommt.

Gerichtsstand ist Hamburg.

Stand: 01.08.2021