

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Advertising Services, Stand: April 2011

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“) regeln das Verhältnis zwischen der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG (nachfolgend „O₂“) und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Werbeaufträgen in den von O₂ vermarkteten Werbemedien, Informations- und Kommunikationsdiensten. Hierfür gelten, soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, ausschließlich diese AGB. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausgeschlossen; das gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wird oder O₂ seine Leistungen widerspruchslos erbringt.

1. Definitionen

1.1 „Agentur“ meint Agenturen, die mit der Schaltung von Werbung in eigenem oder fremdem Namen befasst sind. Dies umfasst nicht reine Beratungs- oder Planungsagenturen.

1.2 „Agenturkunde“ ist ein Werbungtreibender, dessen Werbung von einer von ihm beauftragten Agentur in deren eigenem Namen und auf deren eigene Rechnung als Auftraggeberin bei O₂ gebucht wird. In diesem Fall wird der Agenturkunde nicht selbst Vertragspartner von O₂, sondern es besteht ein zweistufiges Vertragsverhältnis O₂ – Agentur sowie Agentur – Werbungtreibender, wobei die Preis- und Konditionengestaltung gegenüber dem Werbungtreibenden der Agentur obliegt.

1.3 „Auftraggeber“ ist der Vertragspartner von O₂. Dies kann entweder die Agentur eines Agenturkunden oder der Direktkunde sein.

1.4 „Betreiber“ ist der Betreiber des Informations- und Kommunikationsdienstes, für den der Werbeauftrag erteilt wird.

1.5 „Direktkunde“ ist ein Werbungtreibender, der selbst Vertragspartner von O₂ (Auftraggeber) ist. Das gilt auch dann, wenn er eine Agentur als Stellvertreterin eingeschaltet hat, die den Werbeauftrag in seinem Namen abschließt.

1.6 „Werbeauftrag“ oder „Abschluss“ ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten oder -kanälen, insbesondere im Internet und über E-Mail und SMS/MMS. Informations- und Kommunikationsdienste können sowohl im Internet als auch auf mobilen Plattformen sowie per E-Mail oder SMS/MMS stattfinden.

1.7 Ein Werbemittel ist die textlich und/oder grafisch gestaltete Werbebotschaft eines Auftraggebers, die in elektronischer oder physischer Form vorliegen kann.

Ein „Werbemittel“ kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

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

1.8 „Werbung“ umfasst sämtliche von O₂ angebotenen Werbemittel.

1.9 „Werbungtreibender“ ist die juristische oder natürliche Person, die oder deren Produkte oder Dienstleistungen die Werbung bewirbt. Dabei ist der Werbungtreibende entweder Agenturkunde oder Direktkunde.

2. Zustandekommen von Verträgen

O₂ bietet verschiedene Dienstleistungen an. Werbeaufträge über die von O₂ angebotenen Dienstleistungen kommen zustande durch die Buchung der Werbung durch den Auftraggeber (Angebot) und Bestätigung der Buchung durch O₂ in Textform (Annahme). Die Veröffentlichung der Werbung stellt ebenfalls eine Annahme dar; in diesem Fall bedarf es keiner Annahmeerklärung von O₂. Jeder Werbeauftrag bezieht sich auf einen vom Auftraggeber konkret mit Name oder Firma bezeichneten Werbungtreibenden; der Austausch des Werbungtreibenden durch den Auftraggeber nach Buchung bedarf der Zustimmung von O₂ in Textform; das gilt insbesondere im Agenturkundenmodell. Wird ein Direktkunde durch eine Agentur vertreten, so ist spätestens bei der Anzeigenbuchung in Textform ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Buchung im Namen und für Rechnung des Direktkunden erfolgen soll. Unterbleibt ein derartiger rechtzeitiger Hinweis, gilt der Vertrag als mit Wirkung für und gegen die Agentur abgeschlossen. O₂ ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

3. Kennzeichnung als Werbemittel

Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden von O₂ entsprechend den gesetzlichen Vorgaben klar als Werbung kenntlich gemacht.

4. Verbundwerbung

Werbung, die innerhalb eines Werbemittels Produkte oder Dienstleistungen von mehr als einem Werbungtreibenden bewirbt („Verbundwerbung“), bedarf einer gesonderten Zustimmung durch O₂. Verbundwerbung berechtigt O₂ zur Erhebung eines Verbundaufschlages gemäß der aktuellen Preisliste.

5. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres ab Vertragsabschluss abzuwickeln. Sollte diese Frist nicht eingehalten werden, gilt der Auftrag als storniert, etwaige bereits geleistete Zahlungen werden unter Abzug evtl. Aufwände von O₂ zurückerstattet.

6. Auftragserweiterung

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

7. Nachlasserstattung

7.1 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die O₂ und/oder der Betreiber nicht zu vertreten haben, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, O₂ den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

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

8. Ablehnung von Aufträgen

8.1 Werbeaufträge sind für O₂ bis zur Vorlage des Musterwerbemittels durch den Auftraggeber und seiner Billigung durch O₂ kündbar. O₂ behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen bzw. zu sperren, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder

- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für O₂ oder den Betreiber wegen des Inhaltes, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
- diese Werbung anderer Produkte oder Dienstleistungen als des Werbungtreibenden oder für Dritte enthalten.

8.2 Insbesondere können O₂ oder der Betreiber ein bereits veröffentlichtes Werbemittel sperren, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch die Voraussetzungen der Ziffer 8.1 vorliegen .

8.3 O₂ wird dem Auftraggeber die Kündigung, Ablehnung oder Sperrung unverzüglich mitteilen. Der Auftraggeber ist in diesem Fall berechtigt, ein geändertes oder anderes Werbemittel zu liefern, auf welches die Ablehnungsgründe nicht zutreffen. Falls dieses Werbemittel für die Einhaltung eines eventuell vereinbarten Zeitpunktes verspätet oder gar nicht geliefert wird, behält O₂ trotzdem den Anspruch auf Vergütung. Gleiches gilt, wenn das Werbemittel trotz einer zunächst erklärten Kündigung, Ablehnung oder Sperrung geschaltet wird.

8.4 O₂ behält sich vor, von dem Auftrag aus technischen, rechtlichen, redaktionellen oder ähnlichen Gründen jederzeit zurückzutreten. Sofern O₂ den Rücktritt zu vertreten hat, werden Vorleistungen und nutzlose vom Auftraggeber veranlasste Aufwendungen im Hinblick auf die Werbemaßnahme des Auftraggebers erstattet. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

8.5 O₂ kann die vereinbarte Leistung innerhalb des vereinbarten Zeitraums erbringen. O₂ unterliegt dabei keinen Weisungen des Auftraggebers.

8.6 Andere Telekommunikationsanbieter (Mobilfunk, mobile Content, Internetprovider etc.) sind als Auftraggeber ausgeschlossen.

8.7 Folgende Anbieter/Produkte/Dienstleistungen sind nur nach Einwilligung durch O₂ möglich:

- Erotik
- Alkohol
- Tabak
- Mobile Devices
- Anbieter von Premium-Diensten, die im O₂ Active Portal eingebunden sind

8.8 Folgende Inhalte sind von O₂ freizugeben:

- Kostenlose mobile Inhalte, die in Konkurrenz zum O₂ Active Angebot treten
- Games
- Klingeltöne
- Wallpaper
- Musik
- Portable Musik-Endgeräte, die Konkurrenz zum Handy als Musicplayer darstellen
- Verlosung von mobilen Musikabspielgeräten

9. Rechteübertragung/Freistellung

9.1 Der Auftraggeber überträgt O₂ und dem Betreiber sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online- und Kommunikations-Medien aller Art erforderlichen urheber- und markenrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, zur öffentlichen Zugänglichmachung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und

berechtigten zur Schaltung und Verwendung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-, E-Mail-, SMS- und MMS-Medien.

9.2 Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung bzw. Versendung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt, und trägt allein die Verantwortung für die rechtliche Unbedenklichkeit der Werbemittel. O₂ gewährleistet allein, dass ausreichende Einwilligungen seitens der SMS- und E-Mail-Empfänger in den Erhalt der Werbekommunikation vorliegen. Für den Inhalt der Werbekommunikation und die darin benannten Leistungen haftet ausschließlich der Auftraggeber. Der Auftraggeber stellt O₂ auf erstes Anfordern von sämtlichen Ansprüchen Dritter wegen des Inhalts der Werbekommunikation bzw. darin benannter Leistungen und jedweden Kosten frei, die O₂ dadurch entstehen, dass ein Anspruch gegen den Inhalt der Werbekommunikation oder darin versprochener Leistungen geltend gemacht wird. Dies gilt auch für die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber übernimmt in diesem Fall die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung von O₂, einschließlich sämtlicher Gerichts- und Anwaltskosten in gesetzlicher Höhe. Der Auftraggeber ist verpflichtet, O₂ für den Fall einer Inanspruchnahme durch Dritte unverzüglich, wahrheitsgemäß und vollständig alle Informationen zur Verfügung zu stellen, die für die Prüfung der Ansprüche und für eine Verteidigung erforderlich sind.

9.3 O₂ und der Betreiber sind gegenüber dem Auftraggeber nicht verpflichtet, Werbemittel daraufhin zu überprüfen, ob durch sie Rechte Dritter oder gesetzliche Bestimmungen, insbesondere des Presse- und Medienrechts, Wettbewerbsrechts, Telemedienrechts, Datenschutzrechts und/oder Strafrechts verletzt werden; gesetzliche Prüfungspflichten bleiben unberührt. Sofern nicht anders vereinbart, hat O₂ unbeschadet sonstiger Ansprüche das Recht, das mit Inhalten des Auftraggebers gestaltete Werbemittel sofort durch ein etwaiges Ersatzwerbemittel zu ersetzen, das Werbemittel ersatzlos zu sperren und/oder den Vertrag fristlos mit sofortiger Wirkung zu kündigen, wenn ihm die Schaltung des Werbemittels oder die Verlinkung zu damit verbundenen Seiten gerichtlich oder behördlich untersagt wird oder er wegen der Schaltung des Werbemittels oder der damit verlinkten Seiten von Dritten in Anspruch genommen wird.

9.4 Verlangt der Auftraggeber eine von ihm in Auftrag gegebene Werbung aufgrund einer Rechtsverletzung Dritter oder aus sonstigen Gründen nicht auszustrahlen, so bleibt er zur Zahlung der vollen Vergütung verpflichtet. Ihm bleibt der Nachweis vorbehalten, dass O₂ ein geringerer Schaden entstanden ist. Von O₂ für den Auftraggeber gestaltete Werbemittel (Promotions) dürfen nur für bei O₂ gebuchte Werbung verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

9.5 Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung dafür, dass die Inhalte seiner von O₂ auftragsgemäß versandten Werbung, auch per E-Mail in O₂ eigenen und fremden Kommunikationsdiensten, nicht gegen gesetzliche Vorschriften und die guten Sitten verstoßen und keine Rechte Dritter verletzen.

10. Gewährleistung von O₂

10.1 O₂ gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem Standard von O₂ entsprechende, bestmögliche Wiedergabe bzw. Versendung des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. O₂ übernimmt für unwesentliche Fehler keine Gewährleistung.

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

- die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z. B. Browser) oder
- Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder
- Dateikonvertierungen zur Anpassung der Werbemittel an technische Spezifikationen oder

- unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxys (Zwischenspeichern) oder
- einen Ausfall des AdServers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

10.3 Bei einem Ausfall des AdServers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Testbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalles. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder auf eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

10.4 Sind etwaige Mängel der Werbemittel nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Dasselbe gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

10.5 Trotz ständiger Aktualisierung und Überarbeitung der Datenbanken von O₂ kann O₂ wegen der Fluktuation innerhalb der Adressgruppen keine Gewähr dafür bieten, dass in den Adressdateien zum Zeitpunkt der Lieferung an den Kunden sämtliche Anschriften postalisch richtig und für jede Branchen- und Zielgruppe vollständig oder alle Zusatzdaten korrekt sind. Dies gilt gleichermaßen für Telefondaten und E-Mail-Adressen.

11. Leistungsstörungen

11.1 Fällt die Durchführung eines Auftrags aus softwarebedingten oder anderen technischen Gründen aus, die O₂ und der Betreiber nicht zu vertreten haben, insbesondere wegen Rechnerausfalles, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen im Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch von O₂ bestehen.

11.2 Sollten die von O₂ zugesagten AdImpressions-/Werbekontakt-Zahlen am Ende der Schaltlaufzeit nicht erreicht sein, steht dem Auftraggeber nach seiner Wahl entweder eine Ausgleichsbuchung (sofern verfügbar) oder die Erteilung einer Gutschrift zur Verrechnung bei der nächsten Buchung zu. Werden die von O₂ zugesagten AdImpressions-/Werbekontakt-Zahlen auch mit einer Ausgleichsbuchung in angemessener Frist nicht erreicht, kann der Auftraggeber die Erteilung der Gutschrift verlangen. Sonstige Gewährleistungsansprüche sind ausgeschlossen. Mit Ablauf der ursprünglichen Schaltdauer gilt das Werk als vollendet im Sinne von § 646 BGB.

11.3 Maßgeblich zur Ermittlung der AdImpressions-/Werbekontakt-Zahlen ist die Zählung von O₂. Dem Auftraggeber bleibt die Möglichkeit unbenommen nachzuweisen, dass diese Zahlen unzutreffend und stattdessen andere Werte anzusetzen sind. Dies hat der Auftraggeber O₂ innerhalb einer Frist von zehn Tagen in Textform mitzuteilen. Soweit die Auslieferung der Kampagne über die von O₂ eingesetzten Server erfolgt, hat die Mitteilung innerhalb einer Frist von drei Monaten zu erfolgen. Die Frist beginnt jeweils mit der Absendung der Mitteilung der AdImpressions-/Werbekontakt-Zahlen an den Auftraggeber.

11.4 Bei Abweichungen der Gesamtleistung nach Abschluss einer Kampagne von mehr als zehn Prozent, die auf technisches oder menschliches Versagen von O₂ oder vom Betreiber zurückzuführen

sind, gelten die Zahlen des Auftraggebers, sofern durch diese das technische oder menschliche Versagen nachgewiesen wurde.

11.5 Eine Überlieferung bei Printmedien führt zu einer Änderung des gebuchten Auftragsvolumens, sofern die Überlieferung größer als drei Prozent des Auftragsvolumens ist. o2 überprüft die angelieferte Menge an Print-Werbemitteln nicht. Der Auftraggeber ist verpflichtet sicherzustellen, dass nicht mehr als drei Prozent seiner Werbemittel über dem gebuchten Auftragsvolumen angeliefert werden. Bei einer Unterlieferung wird anhand der tatsächlich ausgelieferten Menge der Werbemittel abgerechnet.

12. Haftung

O₂ haftet für Schäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, nur, soweit der Auftraggeber Schadensersatzansprüche geltend macht, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit von O₂ oder seiner Erfüllungsgehilfen oder Vertreter beruhen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten). Soweit O₂ im Falle der Verletzung von Kardinalpflichten keine vorsätzliche oder grob fahrlässige Vertragsverletzung angelastet wird, ist die Schadensersatzhaftung auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt; dies gilt auch, soweit der Auftraggeber Ersatz nutzloser Aufwendungen anstelle des Schadensersatzes statt der Leistung verlangt. O₂ haftet nicht für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn, es sei denn, O₂ hätte vorsätzlich gehandelt. Sämtliche vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten nicht im Falle von Personenschäden oder im Rahmen der zwingenden Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz.

13. Preisliste, Änderungen und Rabatte

13.1 Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet unter www.o2advertising-services.de veröffentlichte Preisliste, soweit nicht anderweitig vereinbart.

13.2 In den Preisen nicht enthalten und vom Auftraggeber gesondert zu tragen sind gegebenenfalls an Verwertungsgesellschaften aufgrund gesetzlicher Vorschriften abzuführende Vergütungen.

13.3 O₂ ist berechtigt, die AGB und die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. AGB- und Preisänderungen für erteilte Werbeaufträge sind wirksam, wenn sie von O₂ mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Werbung angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Bei Sonderrabatten (z.B. Gegengeschäfte etc.) werden zusätzlich anfallende Kosten (z.B. externe Dienstleistungen für Streamings oder Mobile) gesondert ausgewiesen und nicht rabattiert und provisioniert. Rabatte werden, mit Ausnahme der nachfolgenden Regelungen, nicht gewährt für Werbungtreibende, die für andere Werbungtreibende ebenfalls Anzeigenaufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

13.4 O₂ behält sich vor, einer auftraggebenden Agentur auch solche Rabatte einzuräumen, die unabhängig von dem einzelnen Anzeigenauftrag bzw. Werbungtreibenden sind.

Wird für konzernverbundene Unternehmen als Werbungtreibende eine gemeinsame Rabattierung („Konzernrabatt“) beansprucht, ist der schriftliche Nachweis der Konzernzugehörigkeit des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens fünfzig Prozent besteht. Die Konzernzugehörigkeit ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges 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.

14. Zahlungen, Sicherungsabtretung, Aufrechnungsverbot

14.1 Die Rechnung ist innerhalb der aus dem Angebot ersichtlichen Frist zu bezahlen. Etwaige Rabatte für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. O₂ behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z.B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zu verlangen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, Rechnungen von O₂ unverzüglich zu prüfen und Einwendungen innerhalb von zwei Wochen nach Erhalt gegenüber O₂ schriftlich geltend zu machen. Nach Ablauf von zwei Wochen gilt die Rechnung als genehmigt.

14.2 Unbare Zahlungen erfolgen lediglich erfüllungshalber und gelten erst mit unwiderruflicher Gutschrift als Erfüllung. Sämtliche Kosten und Spesen im Zahlungsverkehr gehen zu Lasten des Auftraggebers. Alle Preise und Abrechnungen verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer.

14.3 Mit Zustandekommen des Werbeauftrages tritt die auftraggebende Agentur ihren diesbezüglichen Zahlungsanspruch gegen den Agenturkunden sicherungshalber an O₂ ab; O₂ nimmt diese Abtretung an. O₂ 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.

14.4 Der Auftraggeber darf lediglich mit rechtskräftig festgestellten oder von O₂ schriftlich anerkannten Gegenansprüchen aufrechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht steht dem Auftraggeber nur zu, soweit die Ansprüche auf demselben Vertragsverhältnis beruhen.

14.5 Soweit im Einzelfall nicht anders vereinbart, gerät der Auftraggeber mit einer Zahlung in Verzug, wenn der von ihm zu zahlende Betrag nicht innerhalb von zwei Wochen nach Fälligkeit auf dem von O₂ bezeichneten Konto eingeht. Für die Ermittlung von Verzugschaden und Verzugszinsen gelten die gesetzlichen Vorschriften. O₂ kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

14.6 Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen O₂, auch während der Laufzeit des Vertrages das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Stornierung von Werbeaufträgen

15.1 Die kostenfreie Stornierung einer noch nicht laufenden Werbebuchung ist grundsätzlich vor Schaltungsbeginn möglich. Näheres wird im jeweiligen Angebot vereinbart. Technische Kosten, die bis zum Zeitpunkt der Stornierung für die Buchung entstanden sind, werden dem Auftraggeber vollständig in Rechnung gestellt. Bereits in der Produktion befindliche Werbemittel sind nicht stornierbar. Bei Stornierung von Schaltungen, die bereits angelaufen sind, ist der volle Rechnungsbetrag zu bezahlen.

15.2 Stornierungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Textform.

16. Datenschutz/ Cookies

16.1 Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

16.2 Insbesondere wenn der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z. B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung oder Versendung von Werbemitteln

gewinnt oder sammelt, sichert er zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die gesetzlichen Vorgaben einhalten wird.

16.3 Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme Daten aus dem Zugriff auf die Werbemittel anfallen, darf der Auftraggeber diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne für den konkreten Werbetreibenden auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Schaltung des jeweiligen Werbemittels generiert worden sind. Darüber hinaus ist dem Auftraggeber jede weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbezogen) aus dem Zugriff auf die Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der Auftraggeber die Daten aus den Werbeschaltungen und –versendungen nicht für eigene Zwecke speichern, auswerten, anderweitig nutzen und/oder an Dritte weitergeben. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf dem Angebot des Betreibers und deren weitere Nutzung.

16.4 Für jeden schuldhaften Verstoß gegen die Verpflichtung aus den beiden vorstehenden Absätzen zahlt der Auftraggeber an O₂ eine Vertragsstrafe in Höhe des zehnfachen Preises des Auftrags, aus dem die unzulässige Datennutzung stammt. Etwaige weitergehende Schadensersatzansprüche bleiben unberührt.

17. Vertraulichkeit, Geheimhaltung

17.1 Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien den Inhalt des Werbeauftrags, insbesondere die Preise und Konditionen, streng vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. O₂ ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Werbeauftrags etwaigen eingeschalteten Dritten sowie ihren verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen.

17.2 Soweit der Auftraggeber, z. B. für den Zugriff auf eine persönliche Website, von O₂ ein individuelles Passwort erhält, ist er verpflichtet, dieses Dritten nicht zu offenbaren und es sorgfältig zu verwahren, um Missbrauch durch Dritte auszuschließen. Bei Verlust des Passwortes oder wenn dem Auftraggeber bekannt wird, dass Dritte von dem Passwort Kenntnis erlangt haben könnten, ist er verpflichtet, O₂ unverzüglich in Textform zu informieren. Der Auftraggeber haftet für alle Schäden, die sich aus einem Missbrauch des Passwortes ergeben, soweit er nicht den Nachweis erbringt, dass ihn hieran kein Verschulden trifft. Eine Haftung von O₂ ist in diesem Fall ausgeschlossen.

18. Redirects

18.1 Sofern die Agentur oder der Agentur- bzw. Direktkunde Werbemittel über einen von ihm oder einem Dritten betriebenen Server auf den von O₂ vermarkteten Informations- und Kommunikationsdiensten ausliefert, gelten folgende Regelungen:

Der Auftraggeber garantiert, dass das von ihm verwendete System folgenden technischen Anforderungen entspricht:

- Verwendung eines marktüblichen AdServers
- Verwendung einer marktüblichen Load-Balancing-Methode
- 24/7-Support
- Verfügbarkeit: Ausfallsicherheit von 99,2 % (monatliche Basis)
- Betreuung von Cache-Busting
- bei Cookies Gewährleistung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen

18.2 Für den Zeitraum geringerer Verfügbarkeit hat O₂ das Recht, die Kampagne zu stoppen. Bei Fortführung der Kampagne gelten die Vertragsbestimmungen unverändert weiter. Für den Zeitraum geringerer Verfügbarkeit verringern sich die von O₂ zu liefernden Kennzahlen (z. B. Anzahl Ad

Impressions) entsprechend. Der Anspruch auf die vertraglich vereinbarte Vergütung steht O₂ auch dann im vollen Umfang zu.

18.3 Der Auftraggeber wird O₂ unverzüglich nach Kenntnis schriftlich darüber informieren, wenn während der Laufzeit dieses Vertrages nachteilige Veränderungen bei einem oder mehreren AdServern eintreten oder eintreten drohen, die es dem Auftraggeber erschweren oder unmöglich machen könnten, Werbemittel auf Websites des O₂-Advertising-Networks einzublenden. Der oder die AdServer müssen vom Auftraggeber permanent überwacht und gewartet werden, um Ausfälle gleich welcher Art so weit wie möglich auszuschließen bzw. sofort zu beheben. Ein 24-Stunden-Support an sieben Tagen der Woche muss vom Auftraggeber oder von Dritten gewährleistet sein. O₂ haftet nicht für Ausfälle des AdServers auf Seiten des Auftraggebers; für hierauf beruhende Unterlieferungen während der Schaltperiode kann weder eine Ausgleichsbuchung noch eine Gutschrift erfolgen.

18.4 Alle Werbemittel, die zur Einblendung in den von O₂ vermarkteten Informations- und Kommunikationsdiensten bestimmt sind, sind vorher zur Überprüfung an eine dafür von O₂ vorgesehene Adresse zu schicken. Sie müssen O₂ mindestens 5 Werktage vor Schaltungsbeginn bzw. Versendung vorliegen. Sämtliche Werbemittel sind vor ihrer Einblendung von O₂ in Textform zu genehmigen. Im Falle veränderter Werbemittel gelten die vorstehenden Regelungen entsprechend. Durch die Einblendung der Werbemittel darf die Funktionalität der von O₂ vermarkteten Informations- und Kommunikationsdienste in keiner Weise behindert oder eingeschränkt werden.

18.5 O₂ ist berechtigt, Werbemittel jederzeit mit angemessener Ankündigungsfrist aus den von O₂ vermarkteten Informations- und Kommunikationsdiensten entfernen. Die Verbindung zum externen Server kann hierfür jederzeit unterbrochen werden. Einer Ankündigungsfrist bedarf es nicht, wenn

a) O₂ durch behördliche oder gerichtliche Entscheidung verpflichtet wird, ein Werbemittel zu entfernen bzw. dessen Einblendung zu unterlassen,
b) O₂ hinreichende Anhaltspunkte dafür hat, dass das eingeblendete Werbemittel rechtlich unzulässig ist oder

c) die Einblendung eines oder mehrerer Werbemittel zu schweren Funktionalitätsstörungen in den von O₂ vermarkteten Informations- und Kommunikationsdiensten oder beim Betreiber führt oder geführt hat. Bei nicht fristgerechter, unvollständiger und/oder nicht der technischen Spezifikation entsprechender Anlieferung der Werbemittel ist O₂ berechtigt, die vorgesehenen Platzierungen anderweitig zu besetzen, bis die Lieferung einwandfrei erfolgt. Die Durchführung des Werbeauftrags wird dann im Ermessen von O₂ nachgeholt. Der Auftraggeber ist gleichwohl verpflichtet, den vollen Schaltpreis zu bezahlen. Sollte der Auftraggeber dennoch ein Werbemittel einblenden, das nicht diesen Bestimmungen entspricht, hat er – unbeschadet sonstiger Rechte von O₂ – dafür zu sorgen, dass das Werbemittel unverzüglich, spätestens jedoch vier Stunden nach Benachrichtigung durch O₂ beim Aufrufen von Websites von O₂ nicht mehr im Browser dargestellt wird.

19. Sonstige Bestimmungen

19.1 Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Werbeauftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung von O₂. Soweit der Auftraggeber danach seine Pflichten durch Dritte erbringen lässt, wird er diese auf die Einhaltung der AGB schriftlich verpflichten. O₂ ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Werbeauftrag Dritter zu bedienen.

19.2 Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Das gilt auch für eine Aufhebung des Schriftformerfordernisses. Änderungen dieser AGB werden dem Auftraggeber schriftlich bekannt gegeben. Sie gelten als genehmigt, wenn der Auftraggeber ihnen nicht innerhalb von zwei Wochen nach Bekanntgabe schriftlich widerspricht. O₂ wird den Auftraggeber ausdrücklich auf sein Widerspruchsrecht hinweisen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerspruchs.

19.3 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.

19.4 Erfüllungsort ist der Sitz von O₂. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Betreibers. Soweit Ansprüche des Betreibers nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz von O₂ vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde. Es gilt deutsches materielles Recht unter Ausschluss der Verweisungsregeln.