

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ONLINE-MEDIEN (Gültig ab Juli 2021)

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB“) regeln das Verhältnis zwischen dem Vermarkter und dem Auftraggeber bei der Erteilung und Abwicklung von Werbeaufträgen für vom Vermarkter vermarktete Online-Medien, soweit in Textform nicht etwas anderes vereinbart wurde. Soweit diese nicht unter den Anwendungsbereich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen Zeitungen bzw. Zeitschriften fallen, gelten die AGB auch für Werbeaufträge für vom Vermarkter vermarktete Applikationen („Apps“) und mobile Webseiten und E-Paper. Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit unter www.media-impact.de/de/agb aufrufen, ausdrucken sowie herunterladen bzw. speichern.

1. Definitionen

1.1 „Angebot“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot des Vermarkters über die Schaltung und Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in Medien-, Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem World Wide Web (nachfolgend gemeinsam „Online-Medien“) zum Zwecke der Verbreitung. Soweit nicht ausdrücklich anders als verbindliches Angebot bezeichnet, sind Angebote des Vermarkters freibleibend, d. h. nicht bindend, und stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Leistungen.

1.2 „Werbeauftrag“ im Sinne dieser AGB ist das Angebot eines Auftraggebers über die Schaltung und Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Werbemittel“ oder „Anzeige“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in Online-Medien zum Zweck der Verbreitung. Auftraggeber kann eine Agentur oder direkt ein Werbungtreibender sein.

1.3 Ein Werbemittel im Sinne dieser AGB kann unter anderem aus einem oder mehreren der folgenden Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner, Video), aus Grafik oder Text von denen aus auf das Angebot des Partners verlinkt wird oder aus der Einbindung von Inhalten des Partners auf den Online-Medien.

1.4 „Vermarkter“ ist die Media Impact GmbH & Co. KG für sämtliche von ihr vermarkteten Online-Medien, auch wenn diese von Dritten betrieben werden.

Bei Vermarktung von Online-Medien der B.Z. und/oder BILD BERLIN-BRANDENBURG durch die Axel Springer SE tritt diese an die Stelle der Media Impact GmbH & Co. KG. Bei der Vermarktung von Online-Medien der Axel Springer Auto Verlag GmbH durch die Axel Springer SE tritt diese an die Stelle der Media Impact GmbH & Co. KG. Bei Vermarktung von Online-Medien der COMPUTER BILD-Gruppe durch die Axel Springer SE tritt diese an die Stelle der Media Impact GmbH & Co. KG. Bei Vermarktung von Online-Medien der SPORT BILD-Gruppe durch die Axel Springer SE tritt diese an die Stelle der Media Impact GmbH & Co. KG. Bei der regionalen Vermarktung von Online-Medien durch die Axel Springer SE tritt diese an die Stelle der Media Impact GmbH & Co. KG. Regionale Vermarktung liegt vor, wenn ein Werbeauftrag durch Regionalvermarktungs-büros vorgenommen wird. Der jeweilige Vermarkter kann der Auftragsbestätigung entnommen werden.

1.5 „Nutzungsbasierte Online-Werbung“ im Sinne dieser AGB ist jedes Online Werbemittel, das mit Hilfe personenbezogener Daten der tatsächlichen oder vermuteten Zuordnung zu einer bestimmten Zielgruppe ausgesteuert wird.

2. Vertragsschluss

2.1 Bei einem Werbeauftrag kommt ein Vertrag, soweit nicht ausdrücklich anders individuell vereinbart, durch Veröffentlichung des Werbemittels (bei mehreren Werbemitteln des ersten Werbemittels) in den vom Vermarkter vermarkteten Online-Medien oder durch Bestätigung des Vermarkters in Textform zustande.

Sofern ein verbindliches Angebot durch den Vermarkten erfolgt, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers zustande.

2.2 Ist in dem Werbeauftrag nur ein Gesamtwerbevolumen festgehalten, so wird der Vermarkter die Größe und Terminierung der einzelnen Werbemittelschaltungen abhängig von der Verfügbarkeit im Einvernehmen mit dem Auftraggeber, ansonsten nach billigem Ermessen unter Berücksichtigung des Interesses des Auftraggebers, vornehmen. Der Auftraggeber trägt dafür Sorge, dass die vertragsgegenständlichen Schaltungen innerhalb der Vertragslaufzeit auch gebucht werden.

2.3 Soweit Agenturen Werbeaufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer Vereinbarungen in Textform, mit der Agentur zustande. Die Agentur ist verpflichtet, dem Vermarkter auf Anforderung einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug, aus dem sich die Vermittlung von Werbeaufträgen ergibt, und einen Mandatsnachweis zukommen zu lassen.

2.4 Werbeaufträge von Werbe- und Mediaagenturen werden nur für namentlich genau genannte Werbetreibende angenommen. Die Werbung für die Produkte oder Dienstleistungen eines anderen als des bei der Buchung angegebenen Werbetreibenden bedarf in jedem Fall der vorherigen Zustimmung des Vermarkters in Textform.

2.5 Sofern der Vermarkter Aufträge oder Abschlüsse über Dritte vermarkten lässt, handeln diese Dritten als Vertreter des Vermarkters und auf dessen Rechnung.

2.6 Soweit die Gewährung von AE (Agenturprovision) nicht ausgeschlossen ist, wird für alle Aufträge über die Buchung von Werbeflächen, die über eine vom Vermarkter anerkannte Werbeagentur erteilt werden, eine Mittlergebühr von 15 % auf das Rechnungsnetto vergütet, d. h. auf die Rechnungssumme ohne Mehrwertsteuer nach Abzug von Rabatten. Ausgenommen hiervon sind somit insbesondere Setup-Gebühren, technische Kosten sowie Vergütungen für Kreativleistungen und sämtliche Targetingprodukte.

2.7 Änderungen und Ergänzungen zu einem Vertrag sowie Abweichungen von diesen AGB bedürfen der Textform. Für Vertragsänderungen und -ergänzungen gilt dies auch für die Aufhebung der Schriftformklausel.

2.8 Bei Agenturbuchungen behält sich der Vermarkter das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Auftraggeber der Agentur weiterzuleiten.

2.9 Bucht ein Auftraggeber bei dem Vermarkter im Rahmen eines Vertrages Werbemittel für Online-Medien, die nicht ausschließlich vom Vermarkter vermarktet werden, bzw. über Online-Werbemittel hinausgehende Werbemittel, so kann der Vermarkter keine verbindliche Zusage über die terminliche Platzierung der Werbemittel erteilen. Etwaige Angaben zu Erscheinungsterminen sind somit jeweils vorbehaltlich von Änderungen zu verstehen.

3. Anzeigenveröffentlichung

3.1 Die Gestaltungs- und Redaktionshoheit über die vom Vermarkter vermarkteten Webseiten obliegt den jeweiligen Online-Medien. Der Vermarkter behält sich daher in Bezug auf gebuchte Werbemittel ein Schieberecht sowie das Recht, jederzeit die Struktur der Seiten und/oder die Bezeichnung der Bereiche zu ändern, vor. Sollen Werbemittel nur zu bestimmten Erscheinungsterminen oder an bestimmten Plätzen der Online-Medien veröffentlicht werden, so bedarf es daher hierfür einer ausdrücklichen Vereinbarung mit dem Vermarkter. Eine geringfügige Umplatzierung der Online-Werbemittel innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn die Umplatzierung keinen wesentlichen nachteiligen Einfluss auf die Werbewirkung des Werbemittels hat. Die Aufträge für diese Werbemittel müssen so rechtzeitig bei dem Vermarkter eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Veröffentlichung mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen

ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

3.2 Der Vermarkter ist unabhängig von der Veröffentlichung in Online-Medien berechtigt, aber nicht verpflichtet, erteilte Werbeaufträge im Rahmen der technischen Möglichkeiten ergänzend auch in anderen Online-Medien des Vermarkters und der mit ihm verbundenen Unternehmen zu veröffentlichen. Die für die Online-Medien vorliegenden Vorlagen können dabei an die jeweiligen Erfordernisse angepasst werden.

3.3 Werbemittel werden von dem Vermarkter standardmäßig Multiscreen (Website, mobile Website, App, Accelerated Mobile Pages, u. a.) angeboten und ausgeliefert. Der Vermarkter ist dabei in der Verteilung der Werbemittel über die Kanäle frei. Nach Absprache und entsprechender Angebotsanpassung beschränkt der Vermarkter die Auspielung auf bestimmte Kanäle oder verteilt die Auspielung nach Absprache.

3.4. Werbemittel werden auch auf Non-Consent Traffic (Reichweiten ohne oder mit nur teilweise vorliegendem User Consent oder Reichweiten mit User Opt-Out zur Verarbeitung personenbezogener Daten ausgeliefert.

3.4 Ein Ausschluss von Konkurrenzanzeigen wird grundsätzlich nicht zugesagt.

3.5 Der Vermarkter wird die Online-Werbemittel – abgesehen von vertraglichen Sondervereinbarungen – während des gebuchten Zeitraums und/oder bis zum Erreichen der gebuchten Medialeistung in den Werberaum einstellen. Der Vermarkter wird dem Auftraggeber über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten Ad Impressions und/oder AdClicks in einem durch den Vermarkter vorgegebenen Format berichten. Bei langfristigen Kampagnen wird eine monatliche Ist-Abrechnung vorgenommen. Im Falle der Unterlieferung wird der Vermarkter – soweit möglich und angemessen – eine Nachlieferung entsprechend den mit dem Auftraggeber vereinbarten Ad Impressions vornehmen. Die Nachlieferung erfolgt – vorbehaltlich etwaiger Sondervereinbarungen in Textform – während oder im Anschluss an den im Vertrag vereinbarten Zeitraum.

3.6 Für die Zählung der abrechnungsrelevanten Metriken (z. B. Ad Impressions, Views) ist jeweils die durch den Adserver des Vermarkters ermittelte Anzahl maßgeblich. Dem Auftraggeber bleibt es unbenommen, nachzuweisen, dass die tatsächliche Anzahl hiervon abweicht. Eine Abweichung von nicht mehr als 10 % bleibt jedoch in jedem Fall unbeachtlich.

3.7 Weist der Auftraggeber gemäß Ziffer 3.6 eine Abweichung der tatsächlichen Zahlen von den durch den Vermarkter ermittelten Zahlen von mehr als 10 % nach, gilt für die Anzahl der abrechnungsrelevanten Metriken, die die 10 % Abweichung überschreiten (nachfolgend „Überabweichung“), die folgende Regelung:

Der Auftraggeber hat dem Vermarkter die Überabweichung unverzüglich und, soweit möglich, während der Kampagnenlaufzeit per E-Mail an ads@axelspringer.de anzuzeigen. Die Parteien analysieren gemeinsam den Grund für die Überabweichung und bemühen sich, die Ursache hierfür abzustellen. So weit als Ursache ein Fehler bei der Feststellung der Anzahl der abrechnungsrelevanten Metriken durch den Vermarkter ermittelt wird, gelten im Ergebnis die Zahlen als maßgeblich, die von dem Vermarkter ohne den ermittelten Fehler festgestellt worden wären. Kann die Ursache nicht eindeutig ermittelt werden, werden die Parteien die Anzahl der abrechnungsrelevanten Metriken insoweit mitteln.

3.8. Auf Non Consent-Traffic kann der Auftraggeber in der Regel nicht mit Personenbezug messen. Ein Tracking oder eine Messung ist ohne Zustimmung des User zur Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten nicht möglich. Der Vermarkter hingegen kann durch seine technische Einbindung die abrechnungsrelevanten Metriken (z.B. Ad Impressions, Views) auf den Webseiten ohne

Personenbezug messen. Insoweit finden die Ziffern 3.6 und 3.7. auf diesen Traffic keine Anwendung. Non-Consent Traffic wird gemäß der Zahlen des Vermarkters abgerechnet.

4. Pflichten des Auftraggebers, Kennzeichnung von Werbemitteln und Ablehnungsrecht des Vermarkters.

4.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte, insbesondere seine Werbemittel und die Webseiten, auf die das jeweilige Werbemittel verweist, so ausgestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und insbesondere jugendschutz-, presse-, wettbewerbs-, datenschutz-, straf- und mediendienstrechtliche Vorschriften einhalten.

4.2 Im Falle eines Verstoßes gegen Ziffer 4.1 stellt der Auftraggeber den Vermarkter von allen etwaigen dem Vermarkter daraus entstehenden Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, vollumfänglich auf erstes Anfordern frei. Eine Pflicht zur Prüfung der Werbemittel vor Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels besteht für den Vermarkter nicht.

4.3 Die Schaltung nutzungsbasierter Online-Werbung für den Auftraggeber/ Werbetreibenden setzt voraus, dass der Auftraggeber/Werbetreibende über eine Zertifizierung im Rahmen des IAB Europe OBA Frameworks („EDAA-OBA-Zertifizierung“) verfügt. Mit der Beauftragung zur Schaltung nutzungsbasierter Online-Werbung bestätigt der Auftraggeber/Werbetreibende, über eine EDAA-OBA-Zertifizierung zu verfügen. Der Auftraggeber/Werbetreibende ist verpflichtet, dem Vermarkter eine entsprechende Zertifizierung auf Verlangen nachzuweisen. Der Auftraggeber/Werbetreibende ist verpflichtet, weiterentwickelte Standards wie IAB Europe TCF 2.0 1. (oder neuer) und die aktuelle Fassung der Tracking Guidelines zu beachten

(<https://www.mediaimpact.de/de/unkategorisiert/uebersicht-tracking-guidelines-whitelist>)

4.4 Der Vermarkter behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel abzulehnen, insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form Rechte Dritter oder die Interessen des Vermarkters verletzt. Ebenfalls können Anzeigen abgelehnt werden, wenn diese nicht den Tracking Guidelines entsprechen (abrufbar unter <https://www.mediaimpact.de/de/tracking-guidelines-media-impact-fuer-advertiser-und-agenturen-zum-einsatz-auf-den-von-uns-vermarkteten-plattformen>). Die Ablehnung eines Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Bei Werbemitteln, die in ihrem Erscheinungsbild der redaktionellen Gestaltung der Online-Medien entsprechen, behält sich der Vermarkter im Sinne seines publizistischen Auftrages ein Einspruchsrecht vor. Werbemittel, die redaktionell gestaltet sind, müssen sich eindeutig von der Grundschrift der Online-Medien unterscheiden und mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sein. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als werbliche Veröffentlichung erkennbar sind, werden als solche vom Vermarkter mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

4.5 Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen Zustimmung des Vermarkters in Textform. Die Werbungtreibenden sind namentlich zu benennen. Der Vermarkter behält sich die Erhebung eines Verbundaufschlags bzw. eine abweichende Rabattierung vor.

4.6 Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten, auf die von dem Werbemittel verlinkt werden soll, aufrechtzuerhalten.

4.7 Ist der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels bereits abgemahnt worden bzw. wird abgemahnt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bereits abgegeben oder gibt er eine solche ab, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Vermarkter hierüber unverzüglich zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, haftet der Vermarkter nicht für den

dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Anzeigen(inhalte) entstehenden Schaden.

4.8 Der Vermarkter ist berechtigt, die Schaltung und Veröffentlichung des gebuchten Werbemittels zu unterbrechen, soweit der Auftraggeber die Inhalte, auf die mittels Hyperlinks von dem Banner verlinkt wird, verändert hat und/oder der Verdacht auf ein rechtswidriges Werbemittel und/oder einen rechtswidrigen Inhalt einer der verlinkten Webseite und/oder die Verletzung von Rechten Dritter besteht und/oder der Auftraggeber mit der Zahlung der Vergütung im Verzug ist. Dies gilt insbesondere in Fällen der Geltendmachung von Ansprüchen Dritter gegen den Vermarkter oder den Auftraggeber wegen der Schaltung und Veröffentlichung des gebuchten Werbemittels oder im Fall von Ermittlungen staatlicher Behörden wegen derartiger Inhalte. Der Vergütungsanspruch des Vermarkters bleibt hiervon unberührt.

5. Übermittlung von Online-Werbemitteln

5.1 Es obliegt dem Auftraggeber, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Vermarkters zur Erstellung und Übermittlung von Online-Werbemitteln (siehe die Informationen zu technischen Spezifikationen für Online-Werbemittel, abrufbar unter <https://www.mediaimpact.de/de/digital-formate> und die Vorgaben der Tracking Guidelines (<https://www.mediaimpact.de/de/tracking-guidelines-media-impact-fuer-advertiser-und-agenturen-zum-einsatz-auf-den-von-uns-vermarkteten-plattformen>), entsprechende Vorlagen einschließlich aller für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien (nachfolgend „Vorlagen“) vollständig, fehler- und virenfrei sowie rechtzeitig, d. h., soweit nichts anderes vereinbart, spätestens 5 Werkzeuge vor Veröffentlichung, anzuliefern und diese ausreichend zur Verwendung durch den Vermarkter zu kennzeichnen. Im Falle der Beauftragung des Vermarkters mit der Schaltung nutzungsbasierter Online-Werbung können die vom Auftraggeber einzuhaltenden technischen Vorgaben insbesondere vorsehen, dass das zu schaltende Werbemittel bereits mit implementiertem OBA-Icon zu übermitteln ist. Unerwünschte Veröffentlichungsergebnisse, die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen des Vermarkters zurückführen lassen, führen zu keinem Preisminderungsanspruch. Der Vermarkter ist nicht verpflichtet, die Inhalte auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen.

5.2 Kosten des Vermarkters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Vorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

5.3 Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Vorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand zu entsprechen haben. Entdeckt der Vermarkter auf einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbezeichneten Art, wird der Vermarkter von dieser Datei keinen Gebrauch mehr machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die EDV-Anlage des Vermarkters) erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Der Vermarkter behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infiltrierte Schadensquellen dem Vermarkter Schäden entstanden sind.

5.4 Bei nicht fristgerechter, unvollständiger und/oder nicht den technischen Spezifikationen oder der Tracking Guidelines entsprechender Anlieferung der Werbemittel ist der Vermarkter berechtigt, die vorgesehenen Platzierungen anderweitig zu besetzen, bis die Lieferung einwandfrei erfolgt. Die Durchführung des Vertrages wird dann im Ermessen des Vermarkters nachgeholt. Der Auftraggeber ist gleichwohl verpflichtet, den vollen Schaltpreis zu bezahlen.

5.5 Wenn ein Werbeauftrag nicht oder falsch durchgeführt wird, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, insbesondere Vorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig und/oder

mangelhaft oder falsch gekennzeichnet abgeliefert, gemäß Ziff. 5.3 gelöscht wurden oder technische Spezifikationen und Tracking Guidelines nicht umgesetzt wurden, hat der Vermarkter dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

5.6 Unabhängig von der Anlieferung der digitalen Werbemittel, ist eine Auftragserteilung in Textform mit Motivkennzeichnung erforderlich. Die Anlieferung der Werbemittel allein, bedeutet keine Auftragserteilung.

5.7 Für die inhaltliche Abstimmung benennen die Parteien jeweils eine verantwortliche Person.

5.8 In Ausnahmefällen kann vom Vermarkter die Bereitstellung von Werbemitteln über einen externen Adserver zugelassen werden. Für diese Fälle behält sich der Vermarkter das Recht vor, diese Werbemotive vor deren Schaltung zu sichten und eine Schaltung gegebenenfalls abzulehnen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, dem Vermarkter diese Werbemotive zwecks Sichtung vorzulegen sowie im Falle von nachträglichen Änderungen dem Vermarkter diese anzuzeigen.

6. Mängel

6.1 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Vermarkter hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn (a) diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder (b) diese für den Vermarkter nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich wäre. Lässt der Vermarkter eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/ Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.

6.2 Der Auftraggeber wird das Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung überprüfen. Mängelrügen müssen unverzüglich nach Veröffentlichung gegenüber dem Vermarkter geltend gemacht werden, es sei denn, es handelt sich um nicht offensichtliche Mängel, dann gilt eine Frist von sechs Monaten.

6.3 Der Vermarkter haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung, nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen:

(a) Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung gegenüber Unternehmern auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Vermarkters verursacht wurde.

(b) Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Vermarkter nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. Wesentliche Vertragspflichten sind solche Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Vertragsdurchführung erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner vertraut und auch vertrauen darf. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn.

6.4 Alle gegen den Vermarkten gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten beruhen.

6.5 Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Vermarkter unbegrenzt nach den gesetzlichen Vorschriften.

7. Vorschaulinks

Vorschaulinks werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Vermarkter berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die dem Vermarkter bis zur Schaltung oder innerhalb der bei der Übersendung des Vorschaulinks gesetzten Frist mitgeteilt werden.

8. Zahlungen

8.1 Die Rechnungsstellung erfolgt monatlich entsprechend der Leistungserbringung. Die Rechnungserstellung kann sich auch auf Teile des gesamten Auftrages beziehen. Die Schlussabrechnung erfolgt nach Ende der vollständigen Leistungserbringung, sofern nicht im einzelnen Fall etwas anderes vereinbart ist. Zahlungsbedingung: zahlbar sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse, sofern nicht in diesen AGB bzw. im Einzelfall in Textform etwas anderes vereinbart ist. Skonto in Höhe von 1 % des Rechnungsbetrages inkl. MwSt. wird bei Vorauszahlung des Gesamtrechnungsbetrages vor Beginn der Leistungserbringung oder bei einer spätestens mit Auftragserteilung erteilten Einzugsermächtigung gewährt. Der Vermarkter behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z. B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung vor der Veröffentlichung zu verlangen. Wurde zur Begleichung der Rechnung das Lastschriftverfahren vereinbart, so ist der Vermarkter dazu verpflichtet, dem Auftraggeber Betrag und Belastungsdatum im Vorfeld mitzuteilen. Die Vorinformation (Pre-Notification) erfolgt spätestens einen Werktag vor Kontobelastung.

8.2 Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche des Vermarkters nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufrechnen. Der Auftraggeber ist zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur befugt, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

8.3 Der Vermarkter kann die weitere Ausführung des laufenden Werbeauftrages oder Abschlusses bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen.

8.4 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Vermarkter berechtigt, auch während der Laufzeit eines Vertrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

9. Anzeigenbeleg (Screenshot)

Der Vermarkter liefert auf Wunsch einen Screenshot für Anzeigen und andere Werbemittel; der Vermarkter behält sich vor, hierfür eine gesonderte, angemessene Vergütung zu verlangen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Vermarkters über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

10. Preise

10.1 Preise verstehen sich stets zuzüglich der jeweils gesetzlich geltenden Umsatzsteuer; das gilt insbesondere für in Werbeaufträgen genannte Preise.

10.2 Der Vermarkter ist berechtigt, die Preise jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Preisänderungen für Anzeigenverträge sind wirksam, wenn sie vom Vermarkter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung in Textform ausgeübt werden. Das Rücktrittsrecht gilt nicht für im Dauerschuldverhältnis abzuwickelnde Aufträge. Hier treten Änderungen der Preisliste sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

11. Konzernverbundene Unternehmen

Gilt für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung, ist der Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden in Textform erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 % besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges auf Anforderung des Vermarkters nachzuweisen. Der Konzernverbundrabatt muss spätestens bei Vertragsschluss geltend gemacht werden. Eine spätere Geltendmachung wird nicht rückwirkend anerkannt. Konzernverbundrabatte außerhalb der Preisliste bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen Bestätigung in Textform durch den Vermarkter. Konzernverbundrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernverbundrabattierung.

12. Rechteübertragung und -garantie

12.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Vorlagen, insbesondere seine Werbemittel und die Webseiten, auf die das jeweilige Werbemittel verweist, Rechte Dritter nicht verletzen; er erklärt insbesondere, Inhaber sämtlicher für die Schaltung und Veröffentlichung der von ihm zur Verfügung gestellten Vorlagen sowie für die auf seiner Website veröffentlichten Inhalte erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte und hierüber verfügungsberechtigt zu sein. Im Falle der Anzeigenerstellung durch den Vermarkter erklärt der Auftraggeber zudem, alle zur Erstellung der Anzeige erforderlichen Rechte zu besitzen. Er stellt den Vermarkter insofern von allen Ansprüchen Dritter auf erste Anforderung frei. Dies umfasst auch die Kosten zur Rechtsverteidigung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Vermarkter mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

12.2 Der Auftraggeber überträgt dem Vermarkter an den von ihm zur Verfügung gestellten Inhalten die für die Erstellung und die Veröffentlichung der Werbung in Print-, Online- und Telemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen nicht ausschließlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf einschließlich aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Der Vermarkter erhält zudem zeitlich unbegrenzt das Recht zur Eigenwerbung für den Vermarkter bzw. die jeweiligen Objekte einschließlich des Rechts, die Inhalte und die erreichten KPIs der Kampagne als Show oder Branchen Case zu nutzen das Recht auf Aufnahme in und Abruf aus einer Datenbank, das Archivrecht und die öffentliche Zugänglichmachung, jeweils im Zusammenhang mit dem Verlagsprodukt für eigene Zwecke und durch Dritte. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und sind frei auf Dritte übertragbar.

12.3 Diese Rechteeinräumung gilt ausdrücklich für die Nutzung über feste und mobile Kommunikationsnetze und -mittel, unter Einschluss sämtlicher digitaler und analoger Übertragungs- und Abruftechniken, insbesondere über Kabel, Funk, feste und mobile Satellitennetze und Mikrowellen, sämtlicher bekannter und zukünftiger Übertragungsverfahren (insbesondere WAN, LAN, WLAN, Breitband, UKW, GSM, GPRS, EDGE, UMTS, HSDPA, HSUPA und DVB-T und DVB-H), -protokolle und -sprachen (wie zum Beispiel TCP/IP, IP, HTTP, WAP, HTML, cHTML und XML) und unter Einschluss der Wiedergabe auf jeglichen Empfangsgeräten, wie insbesondere stationären, mobilen und ultramobilen Computern, Fernsehgeräten, Set-Top-Boxen, (Festplatten-)Videorekordern, Mobiltelefonen, Tablets, Mobile Digital Assistants (MDA), Personal Digital Assistants (PDA) und Mobile Internet Devices (MID), und umfasst die Nutzung im Rahmen von Telekommunikations-, Telemedien- und Rundfunkdiensten (etwa Web- und Mobilportale, Applikationen, Widgets, RSS-, SMS-, MMS-, E-Mail-, Messenger- und Nachrichtendienste und unabhängig davon, ob diese als Push- oder

als Pull-Dienste ausgestaltet sind) und im Rahmen jeglicher Form der Werbung und/oder Öffentlichkeitsarbeit (auch unter Verwendung des Inhalts als integraler Bestandteil von Online-Werbung, etwa im Rahmen von Bannern, Videos, Screenshots, Audio-Samples, Teasern, Newslettern, Titeln und Namen für die Geschäftstätigkeit, Dienstleistungen oder Produkten des Vermarkters, der vom Vermarkter vermarkteten Online-Medien und/oder von Dritten).

12.4 Etwaige den Angeboten des Vermarkters zugrunde liegende Konzepte und Bestandteile sind urheber- und wettbewerbsrechtlich geschützt und vom Auftraggeber vertraulich zu behandeln. Diese Konzepte dürfen insbesondere weder in dieser noch in abgewandelter Form an Dritte weitergegeben noch von dem Auftraggeber außerhalb des Vertragsumfangs für eigene Zwecke genutzt werden.

12.5 Wird im Zusammenhang mit dem Werbemittel eine Grafikdatei oder in sonstiger Art und Weise der Name, das Logo, das Unternehmenskennzeichen, die Marke, ein Werktitel oder eine sonstige geschäftliche Bezeichnung verwendet, so gewährt der Auftraggeber dem Vermarkter für die Dauer des Vertrages das nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht zur Nutzung der Grafikdatei oder der entsprechenden Zeichen in dem jeweiligen Werbemittel.

12.6 Vom Vermarkter für den Auftraggeber gestaltete Anzeigenmotive (Promotions) dürfen nur für Anzeigen in den dafür bei dem Vermarkter gebuchten Titeln/ Ausgaben verwendet werden. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

13. Laufzeit

13.1 Der Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit.

13.2 Sollten die Parteien keine ausdrückliche Vertragslaufzeit vereinbart haben, so sind die Schaltungen der Werbemittel im Zweifel innerhalb eines halben Jahres nach Zustandekommen des Vertrages vom Auftraggeber abzurufen.

13.3 Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund nach vorheriger Abmahnung bleibt hiervon unberührt. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen. Ein Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund liegt insbesondere vor, wenn eine der Parteien trotz einer schriftlichen Abmahnung wiederholt eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine fortdauernde Vertragsverletzung innerhalb angemessener Frist nicht abstellt oder deren Folgen nicht beseitigt, gegen eine und/oder beide Parteien und/oder gegen ein vom Vermarkter vermarktetes Online-Medium infolge einer vertragsgegenständlichen Leistung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde oder für den Vermarkter der begründete Verdacht besteht, dass der Auftraggeber oder die von ihm zur Verfügung gestellten Inhalte gegen geltende rechtliche Bestimmungen, insbesondere des Strafgesetzbuches, des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages oder die geltenden Werberichtlinien, verstößt bzw. verstoßen; ein begründeter Verdacht besteht, sobald dem Vermarkter auf Tatsachen gestützte Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen rechtliche Bestimmungen vorliegen, insbesondere ab der Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen den Vermarkter, den Auftraggeber und/oder gegen die vom Vermarkter vermarkteten Online-Medien bzw. ab der Aufforderung zu einer Stellungnahme durch die zuständigen Stellen. Ein Grund zur fristlosen Kündigung besteht darüber hinaus, wenn gegen eine der Vertragsparteien Vollstreckungsmaßnahmen ausgebracht und nicht innerhalb von einem Monat aufgehoben wurden.

14. Störungen des Vertragsverhältnisses bei höherer Gewalt

Fällt die Durchführung eines Vertrages ganz oder in Teilen aus Gründen aus, die der Vermarkter nicht zu vertreten hat, insbesondere wegen Rechnerausfall, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, aufgrund von Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so einigen sich die Parteien schon jetzt auf Erfüllung nach Ablauf des Vertragszeitraumes. Der Vergütungsanspruch

bleibt hiervon unberührt. Fällt die Durchführung eines Vertrages ganz oder in Teilen aus Gründen aus, die von dem Auftraggeber zu vertreten sind, so gelten jeweils die gesetzlichen Regelungen.

15. Einschaltung Dritter

Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Werbeauftrag der vorherigen Zustimmung des Vermarkters in Textform. Der Vermarkter ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Werbeauftrag Dritter zu bedienen.

16. Vertraulichkeit und Presse

16.1 Soweit nicht anders in Textform vereinbart, werden die Vertragsparteien Einzelheiten des Vertragsverhältnisses, insbesondere die Preise und Konditionen, sowie über Geschäftsgeheimnisse, von denen sie im Rahmen der Vertragsdurchführung unmittelbar oder mittelbar durch die jeweils andere Partei Kenntnis erlangen, 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. Der Vermarkter ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Werbeauftrags den gemäß Ziffer 15 eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen. Die Verpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über eine Beendigung hinaus.

16.2 Der Vermarkter ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze des Auftraggebers und Werbungtreibenden auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research oder vergleichbare Institutionen weiterzuleiten.

16.3 Presseerklärungen sowie sonstige öffentliche Verlautbarungen gegenüber Dritten über die Geschäftsbeziehung zwischen dem Vermarkter und dem Auftraggeber oder bezüglich der Details getroffener Vereinbarungen bedürfen der vorherigen Freigabe des Vermarkters. Dies gilt ebenso für Logoveröffentlichungen für vom Vermarkter gelieferte Logos.

17. Datenschutz und Nutzung anonymer Daten

17.1 Die Parteien sind sich einig, dass die Parteien im Rahmen dieses Vertrags grundsätzlich keine personenbezogenen Daten der anderen Partei verarbeiten. Hiervon ausgenommen ist die operativ-kaufmännische Durchführung dieses Vertrags (wie etwa die Speicherung von Ansprechpartnern der Parteien).

17.2 Sollte ein Auftraggeber oder Werbetreibender personenbezogene Daten i. S. d. Art. 4 Nr. 1 DSGVO aus der Schaltung von Werbemitteln in den Online-Medien verarbeiten und/oder i. S. d. Art. 5 Abs. 3 RL 2009/136/EG auf Informationen zugreifen, die auf dem Endgerät des Enduser gespeichert sind bzw. solche ablegen (z.B. durch den Einsatz von Protokollen wie http(s), Cookies, Zählpixel, Fingerprinting oder entsprechender Techniken in Apps) (nachfolgend auch zusammen „Verarbeitung“), garantiert der Auftraggeber die Einhaltung der nachfolgenden Regelungen.

a) Eine solche Verarbeitung muss den Anforderungen der „Tracking Guidelines“ bzw. der „Tracking Guidelines für native Integrationen“, abrufbar unter: (<https://www.mediaimpact.de/de/tracking-guidelines-media-impact-fuer-advertiser-und-agenturen-zum-einsatz-auf-den-von-uns-vermarkteten-plattformen>) entsprechen und bedarf stets der vorherigen Freigabe durch Vermarkter. Auftraggeber und Werbetreibende werden dabei die jeweils geltenden Gesetze (wie insbesondere, aber nicht ausschließlich Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG), Telemediengesetzes (TMG) bzw. entsprechende Gesetze anderer Staaten) auch im Falle einer erfolgten Freigabe durch Vermarkter eigenverantwortlich einhalten.

Die Nutzungsdaten dürfen nur anonym oder pseudonym verarbeitet werden; sie dürfen vom Auftraggeber und/oder Werbenden niemals mit Informationen über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt werden.

b) Der Auftraggeber / Werbetreibende ist zwar berechtigt, die IP-Adresse von Nutzern der Online-Medien in dem erforderlichen Umfang zum Zwecke der Schaltung von Werbemitteln in den Online-

Medien (d.h. zum Verbindungsaufbau und zum Anzeigen von Inhalten) zu verarbeiten, im Einklang mit datenschutzrechtlichen Standards jedoch nicht ungekürzt für andere Zwecke (z.B. Analyse/Tracking/Vermarktung). Gleiches gilt insbesondere auch für identifizierende Browser Fingerprints.

c) Soweit ein Auftraggeber / Werbetreibender personenbezogene Daten i. S. d. Art. 4 Nr. 1 DSGVO aus der Schaltung von Werbemitteln in den Online-Medien verarbeitet, ohne dass der Enduser dies aktiv und informiert selbst veranlasst hat, gelten vorbehaltlich ausdrücklich abweichender Vereinbarung die weiteren Bestimmungen der Vereinbarung zwischen Gemeinsam Verantwortlichen (vgl. Anlage A).

18. Auftragsstornierungen vor Beginn der Leistungserbringung

Der Auftraggeber kann Verträge nach deren Zustandekommen nach folgenden Maßgaben stornieren: Stornierungen von Verträgen müssen in Textform z. Hd. des Ansprechpartners des Auftraggebers beim Vermarkter erfolgen. Eine kostenfreie Stornierung gewährt der Vermarkter bis zu drei Wochen vor Beginn der vereinbarten Leistungserbringung. Maßgeblich für den Zeitpunkt der Stornierung ist der Zugang des Schreibens beim Vermarkter. Wird diese Stornofrist nicht eingehalten, hat der Auftraggeber 30 % des Nettoauftragswertes zuzüglich USt. zu zahlen. Nach vereinbarten Schaltungsbeginn ist eine Stornierung ausgeschlossen.

Für die folgenden Werbeformen gelten abweichende Fristen oder Ausgleichszahlungen:

Bei crossmedialen Angeboten, Gewinnspielen, Influencer Kampagnen sind Stornierungen sechs Wochen vor vereinbartem Schaltungsbeginn kostenfrei. Danach sind 30% des Nettoauftragswertes zu zahlen. Nach vereinbartem Schaltungsbeginn ist eine Stornierung ausgeschlossen.

Bei Kooperationen sind Stornierungen bis sechs Wochen vor vereinbarten Schaltungsbeginn kostenfrei möglich. Danach sind 70% des Nettoauftragswertes zu zahlen. Nach vereinbartem Schaltungsbeginn ist auch hier eine Stornierung ausgeschlossen. Bei Tagesfestplatzierungen sind Stornierungen von drei Wochen vor vereinbartem Schaltungsbeginn kostenfrei möglich. Danach sind 70% des Nettoauftragswertes zu zahlen. Auch hier ist ebenfalls nach vereinbartem Schaltungsbeginn eine Stornierung ausgeschlossen. Technische Kosten und Kosten für Kreativleistungen, die bis zum Zeitpunkt der Stornierung für die Buchung entstanden sind, werden dem Kunden vollständig in Rechnung gestellt.

19. Schlussbestimmungen

19.1 Etwaige zusätzliche in der Preisliste enthaltene Geschäftsbedingungen gelten ergänzend zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

19.2 Änderungen der AGB werden dem Auftraggeber in Textform sowie auf www.media-impact.de unter „Mediadaten/AGB“ mitgeteilt. Sie gelten als vom Auftraggeber genehmigt, sofern dieser nicht binnen eines Monats ab Mitteilung in Textform widerspricht.

19.3 Die Geltung Allgemeiner Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers wird ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn einer Geltung solcher Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder der Vermarkter die Leistungen widerspruchlos erbringt, d. h. Werbemittel widerspruchlos geschaltet und veröffentlicht werden.

19.4 Erfüllungsort ist der Sitz des Vermarkters. Gerichtsstand ist der Sitz des Vermarkters. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

Anlage A

Joint Control Arrangement

Vereinbarung zwischen gemeinsam Verantwortlichen

gemäß Art. 26 DSGVO

Diese Vereinbarung legt die Verantwortungen zwischen dem Betreiber des digitalen Angebots („**PUBLISHER**“) und den in dieser Tracking-Whitelist (<https://www.mediaimpact.de/de/unkategorisiert/tracking-whitelist-uebersicht>) aufgeführten PARTNERn für die gemeinsame Datenverarbeitung gemäß Art. 26 DSGVO wie im Folgenden beschrieben jeweils mit rechtlicher Wirkung zwischen den Parteien fest. Das Interactive Advertising Bureau Europe A.I.S.B.L. (nachfolgend „**IAB Europe**“) verarbeitet in diesem Zusammenhang keine personenbezogenen (Nutzer-) Daten – weder selbst noch mittels oder gemeinsam mit den Parteien – und ist nicht Verantwortlicher im Sinne des Art. 4 Nr. 7 DSGVO.

1. Zwecke und Rechtsgrundlagen der Verarbeitung

Die Zwecke und jeweiligen Rechtsgrundlagen für die Verarbeitung personenbezogener Daten auf den digitalen Angeboten von PUBLISHER sind von PUBLISHER und dem jeweiligen PARTNER gemeinsam entsprechend den Abbildungen im Einwilligungs- und Widerspruchsmanagement des digitalen Angebots (sog. Consent-Management-Plattform, „nachfolgend „**CMP**“) definiert (nachfolgend „**GEMEINSAME ZWECKE**“).

2. Mittel der Verarbeitung

- 2.1 Die Verarbeitung personenbezogener Daten von Nutzern des digitalen Angebots erfolgt über die in das digitale Angebot eingebundenen Online-Werbe-Technologien.
- 2.2 Mittels der Online-Werbe-Technologien wird den PARTNERn ermöglicht, Cookies oder vergleichbare Technologien auf dem Endgerät des Nutzers zu speichern, mittels derer ein Zugriff auf bzw. das Speichern von Informationen auf dem Endgerät zu den festgelegten GEMEINSAMEN ZWECKEN ermöglicht wird.
- 2.3 Cookies sind kleine Dateien, die der Browser auf dem Endgerät in einem dafür vorgesehenen Verzeichnis ablegt. Durch sie kann u. a. festgestellt werden, ob eine Website schon einmal besucht wurde. Viele Cookies enthalten eine sogenannte Cookie-ID. Eine Cookie-ID ist eine eindeutige Kennung des Cookies. Sie besteht aus einer Zeichenfolge, durch welche Websites und Server dem konkreten Internetbrowser zugeordnet werden können, in dem das Cookie gespeichert wurde. Dies ermöglicht es den PARTNERn, den individuellen Browser von anderen Internetbrowsern, die andere Cookies enthalten, zu unterscheiden. Ein bestimmter Internetbrowser kann über die eindeutige Cookie-ID wiedererkannt und identifiziert werden. Cookies können ohne zusätzliche Informationen den Nutzer als Person nicht identifizieren.

- 2.4 Bei der Nutzung von Apps wird statt des Cookies eine in ihrer Funktion vergleichbare Technik verwendet, wie z.B. die betriebssystemspezifische Werbe-ID, Vendor-ID oder eine zufällig erzeugte Nutzer-ID.

3. Funktion und Beziehung gegenüber betroffenen Personen

- 3.1 Der PUBLISHER ermöglicht den betroffenen Personen die Nutzung des digitalen Angebots. Zu Beginn des Nutzungsvorgangs erhält die betroffene Person die Möglichkeit, die Reichweite der Verarbeitung personenbezogener Daten und den Zugriff auf bzw. das Speichern von Informationen auf seinem Endgerät durch entsprechende Einstellungen in dem digitalen Angebot selbst zu bestimmen.
- 3.2 Die betroffene Person hat jederzeit die Möglichkeit, eine von ihr erteilte Einwilligung in den Einstellungen in dem digitalen Angebot zu widerrufen bzw. der Verarbeitung personenbezogener Daten zu widersprechen.
- 3.3 Entsprechend den Einstellungen der betroffenen Person in dem digitalen Angebot werden den PARTNERn technische Signale über das Vorliegen der Rechtsgrundlage für die Verarbeitung personenbezogener Daten der betroffenen Person übermittelt.

4. Reichweite der gemeinsamen Verantwortung

Die PARTNER sind jeweils gemeinsam mit dem PUBLISHER für die Verarbeitung personenbezogener Daten verantwortlich, soweit der PUBLISHER dem jeweiligen PARTNER über die Einbindung der Online-Werbe-Technologien in das digitale Angebot die Verarbeitung personenbezogener Daten von Nutzern des digitalen Angebots nach Maßgabe dieser Vereinbarung auch zu eigenen Zwecken ermöglicht (nachfolgend „**GEMEINSAME VERARBEITUNG**“).

5. Pflichten des PUBLISHERs

- 5.1 Der PUBLISHER verpflichtet sich, die Nutzer des digitalen Angebots über Art, Umfang und Zweck der GEMEINSAMEN VERARBEITUNG personenbezogener Daten sowie ihre Rechte als betroffene Person gemäß Art. 13 DSGVO, § 13 TMG zu informieren. Ferner verpflichtet sich der PUBLISHER, den Nutzern des digitalen Angebots die zusätzlichen weiteren Informationen gemäß Art. 26 DSGVO zur Verfügung zu stellen.
- 5.2 Der PUBLISHER verpflichtet sich, den Nutzern des digitalen Angebots auf dem digitalen Angebot eine CMP zum jederzeitigen Abruf bereit zu stellen, mittels derer der Nutzer des digitalen Angebots die erforderlichen Einstellungen gemäß Ziffer 3.1 dieser Vereinbarung vornehmen bzw. gemäß Ziffer 3.2 jederzeit ändern kann.
- 5.3 Die CMP muss beim Transparency & Consent Framework (TCF 2.0) des IAB Europe mit aktivem Status zertifiziert sein.
- 5.4 Der PUBLISHER verpflichtet sich, die PARTNER und die GEMEINSAMEN ZWECKE inklusive Rechtsgrundlagen der GEMEINSAMEN VERARBEITUNG in der CMP abzubilden.
- 5.5 Anfragen einer betroffenen Person, die beim PUBLISHER eingehen und die GEMEINSAME VERARBEITUNG personenbezogener Daten betreffen, beantwortet der PUBLISHER innerhalb der gesetzlichen Fristen.

6. Pflichten der PARTNER

- 6.1 Die PARTNER verpflichten sich jeweils, dem PUBLISHER die zur Erfüllung der Informationspflichten gemäß Ziffer 5.1 und Auskunftersuchen gemäß Ziffer 5.5 erforderlichen Informationen jeweils bezogen auf ihre GEMEINSAME VERARBEITUNG rechtzeitig zur Verfügung zu stellen.
- 6.2 Die PARTNER stehen dafür ein, dass personenbezogene Daten der betroffenen Person nur verarbeitet werden, wenn jeweils die nach Ziffer 1 dieser Vereinbarung gemeinsam festgelegte Rechtsgrundlage vorliegt und ein entsprechendes Signal an den PARTNER gesendet wurde. Entsprechendes gilt für das Abrufen bzw. Speichern von Informationen auf dem Endgerät der betroffenen Person.
- 6.3 Die PARTNER verpflichten sich, die GEMEINSAME VERARBEITUNG bei Wegfall der Rechtsgrundlage sofort einzustellen.
- 6.4 Die PARTNER verpflichten sich, Löschanfragen von betroffenen Personen unverzüglich nach Kenntnis umzusetzen und dem PUBLISHER hiervon zu informieren.
- 6.5 Die PARTNER haben sicherzustellen, dass sie auf der Global Vendor List (die „GVL“) mit einer gültigen Vendor-ID verzeichnet sind. Ferner haben alle PARTNER sicherzustellen, dass sie auf der GVL ihre jeweils aktuellen Datenschutzbestimmungen mittels Verlinkung hinterlegt haben.
- 6.6 Alle PARTNER haben eine Liste der durch sie verwendeten Cookie-Domains (Domains, unter denen die Cookies abgespeichert sind bzw. ausgelesen werden) vorzuhalten und dem PUBLISHER auf Nachfrage zur Verfügung zu stellen.

7. Melde- und Benachrichtigungspflichten

- 7.1 Im Falle einer Verletzung des Schutzes personenbezogener Daten erfüllt der PUBLISHER für die GEMEINSAME VERARBEITUNG die erforderlichen Melde- und Benachrichtigungspflichten gemäß Art. 34 DSGVO gegenüber der jeweils betroffenen Person.
- 7.2 Soweit die Verletzung nicht im alleinigen Verantwortungsbereich des PUBLISHERs eingetreten ist, stellt der PARTNER, in deren Verantwortungsbereich die Verletzung eingetreten ist, dem PUBLISHER die zur Erfüllung der gesetzlichen Melde- und Benachrichtigungspflichten erforderlichen Informationen rechtzeitig zur Verfügung.
- 7.3 Die bereitzustellenden Informationen müssen auch die in Art. 33 Abs. 3 DSGVO aufgeführten Informationen enthalten. Wenn und soweit die Informationen nicht zur gleichen Zeit bereitgestellt werden können, kann die jeweils betroffene Partei diese Informationen ohne unangemessene weitere Verzögerung schrittweise zur Verfügung stellen.

8. Datenschutz-Folgenabschätzung

Jede Partei führt eine eventuell nach Art. 35 DSGVO erforderliche Datenschutz-Folgenabschätzung in eigener Verantwortung für die GEMEINSAME VERARBEITUNG durch.

9. Weitere Pflichten

- 9.1 Jede Partei nimmt die GEMEINSAME VERARBEITUNG gemäß Art. 30 Abs. 1 DSGVO in ihr Verarbeitungsverzeichnis auf. Die Parteien stellen einander die für das Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten nach Art. 30 Abs. 1 DSGVO notwendigen Angaben zur Verfügung.
- 9.2 Im Falle einer Verletzung des Schutzes personenbezogener Daten i. S. d. Art. 4 Nr. 12 DSGVO in Bezug auf die GEMEINSAME VERARBEITUNG erfüllt die jeweils betroffene Partei die erforderlichen Meldepflichten gemäß 33 DSGVO gegenüber der zuständigen Datenschutzbehörde.
- 9.3 Jede Partei implementiert die erforderlichen technischen und organisatorischen Maßnahmen und erhalten diese aufrecht, um einen angemessenen Schutz der personenbezogenen Daten zu gewährleisten, die zu jeder Zeit mindestens den Anforderungen des Art. 32 DSGVO entsprechen und dokumentiert dies in geeigneter Form.
- 9.4 Jede Partei unterstützt die jeweils andere Partei angemessen bei der Erfüllung der nach dieser Vereinbarung ihr obliegenden Pflichten. Insbesondere, aber nicht ausschließlich, erteilt jede Partei der jeweils anderen Partei unverzüglich Auskunft, soweit die anfragende Partei die Auskunft zur Erfüllung ihrer datenschutzrechtlichen Pflichten benötigt.
- 9.5 Erhält eine Partei Kenntnis von einer Verletzung einer Regelung dieser Vereinbarung oder des Schutzes personenbezogener Daten in Bezug auf die GEMEINSAME VERARBEITUNG, so teilt sie dies unverzüglich der/den jeweils betroffenen Partei/en mit. Gleiches gilt im Fall des Verstoßes gegen die Vorgaben der TCF Policies.

10. Datenübermittlung an Drittländer

- 10.1 Im Falle einer Datenübermittlung in ein Drittland oder an eine in einem Drittland ansässige Partei oder internationale Organisation, finden für die betreffende Partei dieser Vereinbarung zusätzlich die „[Standardvertragsklauseln](#)“ für die Übermittlung personenbezogener Daten aus der Gemeinschaft in Drittländer („Übermittlung zwischen für die Datenverarbeitung Verantwortlichen“) Anwendung (nachfolgend „**Standardvertragsklauseln**“ abrufbar unter <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004D0915&from=DE>).
- 10.2 Die Beschreibung der Übermittlung (Anhang B der Standardvertragsklauseln) ist in der CMP abgebildet.
- 10.3 Der PARTNER benennt eine Anlaufstelle für Anfragen bezüglich der Verarbeitung personenbezogener Daten (vgl. Ziffer II lit. e der Standardvertragsklauseln) und veröffentlicht diese für Nutzer des digitalen Angebots an geeigneter Stelle.
- 10.4 Für die Datenverarbeitung gelten die Grundsätze in Anhang A der Standardvertragsklauseln.
- 10.5 Der betreffende PARTNER wird den PUBLISHER unverzüglich davon in Kenntnis setzen, wenn er Anlass für die Befürchtung hat, das Schutzniveau der DSGVO nicht mehr einhalten zu können.

11. Inkrafttreten der Vereinbarung

PUBLISHER werden mit Abschluss des Vertrages mit dem Vermarkter, dem diese Vereinbarung als Anlage beigefügt ist, Vertragspartei dieser Vereinbarung. Die PARTNER werden durch Beitritt (vgl. **Anhang 1**) Vertragspartei dieser Vereinbarung.

PUBLISHER mit denen der Vermarkter diese Vereinbarung abgeschlossen hat, sind hier <https://www.mediaimpact.de/de/unkategorisiert/portfoliouebersicht> aufgelistet.

12. Laufzeit dieser Vereinbarung

Diese Vereinbarung endet automatisch für die jeweilige Partei jeweils mit Beendigung der GEMEINSAMEN VERARBEITUNG.

Anhang 1

zur Vereinbarung zwischen gemeinsam Verantwortlichen

gemäß Art. 26 DSGVO

- Beitrittsformular -

Vereinbarung

zwischen

Media Impact GmbH & Co. KG

Zimmerstraße 50

10888 Berlin

Im Folgenden: „**Vermarkter**“

und

den unter Ziffer 1 dieses Beitrittsformulars aufgeführten **Publishern**

und

den unter Ziffer 1 aufgeführten **Vendoren**

und

dem hiermit beitretendem

[Firma, Anschrift Vendor]

Im Folgenden: „**Vendor**“ und/oder „**PARTNER**“

1. Der Vendor erklärt mit Unterzeichnung dieses Beitrittsformulars seinen Beitritt zu der als **Anlage** beigefügten Vereinbarung zwischen gemeinsam Verantwortlichen zwischen dem Vermarkter und den in der folgenden Publisher-Liste <https://www.mediaimpact.de/de/unkategorisiert/portfoliouebersicht> aufgeführten Publishern als auch den bereits beigetretenen Vendoren, die in der folgenden Vendoren-Liste

<https://www.mediaimpact.de/de/unkategorisiert/tracking-whitelist-uebersicht> aufgeführt sind. Der Vendor tritt in der nachfolgend angekreuzten „Rolle“/bzw. den nachfolgend angekreuzten „Rollen“ der Vereinbarung zwischen gemeinsam Verantwortlichen bei:

- SSP
- DSP
- DMP
- Verification Tools
- AdServer
- Header Bidding Provider
- Advertising Identity Provider
- Werbetreibende
- Agentur

2. Mit dem Beitritt zu der Vereinbarung zwischen gemeinsam Verantwortlichen erkennt der Vendor als PARTNER der Vereinbarung zwischen gemeinsam Verantwortlichen alle dort geregelten Rechte und Pflichten des PARTNERS als verbindlich an.
3. Der Vendor benennt folgenden Ansprechpartner für Rückfragen zum Thema der Vereinbarung zwischen gemeinsam Verantwortlichen.

Name: _____

Position: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____

Docu Hook set and Timestamp