

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ONLINE-MEDIEN

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, wobei der Partner selbst die eingebundenen Inhalte verantwortet (z.B. Tiefenintegration).

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.

1.5 „Nutzungsbasierte Online-Werbung“ im Sinne dieser AGB ist jedes Online-Werbemittel, das aufgrund 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 Vermarkter 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 vor Vertragsschluss einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug 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 davon 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 Ausspielung auf bestimmte Kanäle oder verteilt die Ausspielung nach Absprache.

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 Ver-

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ONLINE-MEDIEN

markter wird dem Auftraggeber über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten AdImpressions 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. AdImpressions, 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. Soweit 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.

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 medienrechtliche Vorschriften einhalten.

4.2 Im Falle der Tiefenintegration von Webseiten des Auftraggebers auf den Online-Medien mittels iFrame oder direkter Integration (nachfolgend „Webseiten des Auftraggebers“) kennzeichnet der Auftraggeber die Webseiten des Auftraggebers auf jeder Seite mit einem Kooperationsverweis in Form der Kennzeichnung als „Ein Service der/des ...“. Dabei steht es dem Auftraggeber frei, die Wort- oder Bildmarke des Auftraggebers zu nutzen. Sofern die Marke des Auftraggebers oder der Kooperationsverweis extern verlinkt wird, ist dies nur als No-Follow-

Link erlaubt. Die Webseiten des Auftraggebers sind mit dem Impressum und der Datenschutzerklärung des Auftraggebers über dem Footer des Online-Mediums zu versehen, auf dem die Webseiten des Auftraggebers eingebunden sind. Der Betrieb der Webseiten des Auftraggebers erfolgt – mit Ausnahme des Headers und des Footers - namens und in alleiniger Verantwortung des Auftraggebers. Hiervon umfasst ist auch die Betreuung von Nutzern der Webseiten des Auftraggebers.

4.3 Im Falle eines Verstoßes gegen Ziffer 4.1 und 4.2 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.

4.4 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 zu beachten.

4.5 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. 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.

4.6 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.

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

4.8 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.

4.9 Der Vermarkter ist berechtigt, die Schaltung und Veröffentlichung des gebuchten Werbemittels zu unterbrechen, soweit der Auftraggeber die Inhalte, auf die mittels Hyperlink 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/specs/index.html>, 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 Werktage 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.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ONLINE-MEDIEN

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 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 wurden bzw. gemäß Ziff. 5.3 gelöscht wurden, hat der Vermarkter dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

5.6 Unabhängig von den digitalen Werbemitteln ist eine Auftragserteilung in Textform mit Motivkennzeichnung erforderlich. Die Anlieferung der Vorlagen allein bedeutet keine Auftragserteilung.

5.7 Für die redaktionelle 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 Zahlungs-

mindering 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 auf den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn.

6.4 Alle gegen den Vermarkter 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.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ONLINE-MEDIEN

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 in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung 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 in Textform des Konzernstatus des Werbungtreibenden 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 Konzernrabatt muss spätestens bei Vertragsschluss geltend gemacht werden. Eine spätere Geltendmachung wird nicht rückwirkend anerkannt. Konzernrabatte außerhalb der Preisliste bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen Bestätigung in Textform durch den Vermarkter. 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.

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 verfassungsberechtigt 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. 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 Strafrechtbuches, 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 Rechenerausfall, 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.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ONLINE-MEDIEN

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). Insbesondere sollen weder Auftraggeber noch Werbungtreibende Daten von oder über Enduser (wie Webseitenbesucher oder App-Nutzer) erheben oder anderweitig verarbeiten.

17.2 Sollte ein Auftraggeber oder Werbungtreibender entgegen Ziffer 17.1 Daten aus der Schaltung von Werbemitteln in den Online-Medien erheben und/oder anderweitig verarbeiten, garantiert der Auftraggeber die Einhaltung der nachfolgenden Regelungen. Als Daten aus der Schaltung von Werbemitteln i.S.d. S. 1 gelten u.a. (aber nicht ausschließlich) user-, device- oder softwarebezogene Informationen, die durch den Einsatz von Protokollen wie http(s), Cookies, Zählpixel, Fingerprinting oder entsprechender Techniken in Apps gewonnen werden; als Werbemittel gilt insb. bei einer Tiefenintegration auch der Frame bzw. die betreffende (Unter-)Seite.

a) Eine solche Verarbeitung durch den Auftraggeber oder Werbungtreibenden erfolgt nur nach Abstimmung mit dem Vermarkter. Auftraggeber und Werbungtreibende werden die jeweils geltenden Gesetze (wie Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG), Telemediengesetzes (TMG) bzw. entsprechende Gesetze anderer Staaten) einhalten. In jedem Fall gelten die „Tracking Guidelines“ sowie die „Tracking Guidelines für native Integrationen“, abrufbar unter: <https://www.mediaimpact.de/de/unkategorisiert/uebersicht-tracking-guidelines-whitelist>. Die genannten 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) Unabhängig von einer Gestattung nach Ziffer 17.2 a) sind sich die Parteien einig, dass die Einbindung der Werbemittel zu einer Gemeinsamen Verantwortung i.S.d. Art. 26 DSGVO führt, sofern dies zur Folge hat, dass der Auftragnehmer oder der Werbungtreibende ohne Zutun des Endusers personenbezogene Daten erhält (vgl. EuGH C-40/17 – Fashion-ID). In solchen Fällen erfolgt die Einbindung der Werbemittel daher auf Basis der als Anlage 1 beigefügten Vereinbarung zwischen Gemeinsam Verantwortlichen, die dafür individuell zu vereinbaren ist. Im Übrigen stimmen die Parteien überein, dass sie als einzeln Verantwortliche und nicht im Rahmen einer Auftragsverarbeitung (Art. 28 DSGVO) zusammenarbeiten.

18. Auftragsstornierungen vor Beginn der Leistungserbringung

Der Auftraggeber kann Verträge nach deren Zustandekommen 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. Bei Tagesfestplatzierungen sind 70% des Nettoauftragswertes zuzüglich USt. zu zahlen. Nach Beginn der Leistungserbringung ist eine Stornierung ausgeschlossen. Bei der Buchung von Kooperationswerbeformen, wie z.B. crossmediale Angebote, Gewinnspiele, Influencer-Kampagnen oder Tiefenintegrationen, ist eine Stornierung bis sechs Wochen vor Schaltungsbeginn möglich. Bei Nichteinhaltung dieser Frist hat der Auftraggeber 30 % des Nettoauftragswertes (Brutto-Auftragswert abzüglich gesetzlicher MwSt.) zuzüglich der auf diesen Betrag anfallenden gesetzlichen MwSt. als Stornogebühr zu zahlen. 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 widerspruchslos erbringt, d. h. Werbemittel widerspruchslos 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 1

Vereinbarung

Zwischen Gemeinsam Verantwortlichen – Art. 26 DS-GVO

zwischen

[Media Impact GmbH & Co. KG]

[Street]
[ZIP + City]
[Country]

– „Publisher“ –

und

Auftraggeber/Werbetreibender

[Street]
[ZIP + City]
[Country]

– „Vendor“ –

bezüglich des zwischen ihnen bestehenden oder abzuschließenden Vertrags („Hauptvertrag“)
mit der Bezeichnung

§ 1 – Parteien der Vereinbarung

Diese Vereinbarung wird als bilaterale Vereinbarung zwischen dem Publisher und dem Vendor (beide jeweils eine „Partei“, die beiden gemeinsam jeweils „die Parteien“) geschlossen.

§ 2 – Hintergrund

2.1 Der Publisher betreibt oder vermarktet die in Anlage 1 genannten digitalen Angebote (Webseiten, Mobile Apps usw.) (die „Digitalen Angebote“), auf denen zielgruppenspezifische Werbung und/oder zielgruppenspezifische Inhalte ausgespielt werden.

2.2 Der Vendor ist mit seinen in Anlage 2 genannten Produkten (die „Produkte“) an der Ausspielung zielgruppenspezifischer Werbemittel oder zielgruppenspezifischer Inhalte und/oder an der Erbringung sonstiger Dienste auf den Digitalen Angeboten beteiligt.

2.3 Die Parteien stimmen darin überein, dass sie gemeinsam Verantwortliche (Art. 26 DS-GVO) sind, soweit der Publisher dem Vendor auf den Digitalen Angeboten die Erhebung der Kategorien personenbezogener Daten gemäß Anlage 2 mit dessen Produkten ermöglicht (die „Gemeinsame Datenerhebung“), und zwar auch dann, wenn für den Publisher und/oder den Vendor ein Auftragsverarbeiter tätig wird.

2.4 Diese Vereinbarung (die „Vereinbarung“) legt die Verantwortung der Parteien für die DS-GVO-konformen Gemeinsame Datenerhebung in transparenter Form fest.

2.5 Diese Vereinbarung begründet keine gesellschaftsrechtliche Verbindung zwischen den Parteien. Keine Partei räumt der anderen Partei Vertretungsbefugnisse ein, für sie rechtsverbindliche Erklärungen abzugeben.

2.6 Die Parteien stellen betroffenen Personen eine um die §§ 6 und 8 sowie Anlage 2 gekürzte Fassung dieser Vereinbarung auf Anfrage zur Verfügung.

Die Parteien vereinbaren deshalb wie folgt—

§ 3 – Umfang der gemeinsamen Verantwortlichkeit; Rechtsgrundlage

3.1 Die Parteien haben die Entscheidung über die Zwecke und Mittel für Verarbeitungen unter Berücksichtigung der gesetzlichen, aufsichtsbehördlichen und gerichtlichen Quellen analysiert und sind zu folgendem Ergebnis gekommen:

- (i) Die Parteien legen die Zwecke und/oder die Mittel nur für eine Gemeinsame Datenerhebung als gemeinsam Verantwortliche (Art. 26 DS-GVO) fest;
- (ii) für alle anschließenden Verarbeitungsvorgänge, insbesondere das Speichern und das weitere Verarbeiten entscheidet jede Partei eigenständig als alleiniger Verantwortlicher über die Zwecke und Mittel unabhängig; es liegt keine gemeinsame Verantwortung i.S.d. Art. 26 DS-GVO vor.

3.2 Eine Datenübermittlung findet zwischen den Parteien nicht statt.

3.3 Die Parteien haben die Rechtsgrundlagen für die Gemeinsame Datenerhebung für die einzelnen Produkte in Anlage 2 festgelegt.

§ 4 – Außenverhältnis – datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit

4.1 Die betroffene Person kann ihre Rechte aus der DS-GVO bezüglich der Gemeinsamen Datenerhebung bei und gegenüber jeder Partei geltend machen (Art. 26 Abs. 3 DS-GVO).

4.2 Deklaratorisch halten die Parteien fest, dass hiernach jede Partei Dritten für den gesamten Schaden haftet, der durch eine nicht der DS-GVO entsprechende Gemeinsame Datenerhebung verursacht wurde. Eine Partei ist von der Haftung befreit, wenn sie nachweist, dass sie in keinerlei Hinsicht den Umstand, durch den der Schaden eingetreten ist, zu vertreten hat (Art. 82 DS-GVO).

§ 5 – Innenverhältnis – vertragliche Verantwortlichkeit

5.1 Im Innenverhältnis der Parteien ist der Vendor alleinverantwortlich für eine DS-GVO-konforme Gemeinsame Datenerhebung.

5.2 Der Vendor trifft geeignete technische und organisatorische Maßnahmen, um die Sicherheit der Gemeinsamen Datenerhebung nach Art. 32 DS-GVO sicherzustellen.

5.3 Der Vendor erfüllt die Melde- und Benachrichtigungspflichten aus Art. 33, 34 DS-GVO für die Gemeinsame Datenerhebung.

5.4 Der Vendor führt eine Datenschutz-Folgenabschätzung durch, falls nach Art. 35 DS-GVO erforderlich.

5.5 Der Publisher unterstützt den Vendor bei der DS-GVO-konformen Gemeinsamen Datenerhebung gemäß §§ 5.2-5.4, 6-8 (die „Publisher-Pflichten“).

§ 6 – Einwilligung; Widerspruch; IAB TCF

6.1 Der Publisher ermöglicht den Nutzern entsprechend den in Anlage 2 für die Produkte festgelegten Rechtsgrundlagen—

(a) eine Einwilligung in die Gemeinsame Datenerhebung; oder

(b) einen Widerspruch gegen die Gemeinsame Datenerhebung in einem Dialogfeld auf den Digitalen Angeboten zu erklären.

6.2 Alternativ zu § 6.1 kann der Publisher eine Statusmeldung über Nutzererklärungen nach den technischen Standards des IAB Europe Transparency & Consent Framework (IAB TCF) in einer jeweils geltenden Fassung implementieren.

§ 7 – Zusammenarbeit bei Betroffenenrechten; zentrale Anlaufstelle

7.1 Für die Gemeinsame Datenerhebung benennt sich der Publisher auf den Digitalen Angeboten (bspw. in den Datenschutzbestimmungen) als zentrale Anlaufstelle für die betroffenen Personen.

7.2 Anfragen der betroffenen Personen zur Gemeinsamen Datenerhebung nach Art. 15-20 DS-GVO (die „Betroffenenfragen“), die beim Publisher eingehen, leitet der Publisher unverzüglich an den Vendor weiter. Der Vendor erfüllt die Anfragen unverzüglich. Dasselbe gilt für Beschwerden.

7.3 Die Parteien können die standardisierte Beantwortung wiederkehrender Betroffenenanfragen durch den Publisher einvernehmlich vereinbaren.

7.4 Der Vendor gibt dem Publisher auf Verlangen unverzüglich Auskunft über die Beantwortung einer Betroffenenanfrage.

§ 8 – Zusammenarbeit in sonstigen nicht-streitigen Angelegenheiten

8.1 Jede Partei führt ein Verarbeitungsverzeichnis für die Gemeinsame Datenerhebung; dies kann auch im Rahmen eines anderen Verarbeitungsverzeichnisses erfolgen. Die Parteien stellen einander einen die Gemeinsame Datenerhebung betreffenden Auszug aus ihrem Verarbeitungsverzeichnis auf Verlangen kostenfrei zur Verfügung.

8.2 Die Parteien erteilen einander unverzüglich Auskunft, soweit die anfragende Partei die Auskunft zur Erfüllung ihrer datenschutzrechtlichen Pflichten benötigt.

8.3 Jede Partei unterstützt die andere Partei angemessen, die Anforderungen der DS-GVO zu erfüllen.

§ 9 – Zusammenarbeit in Streitigen Verfahren; Haftung

9.1 Wird eine Partei außergerichtlich oder gerichtlich durch betroffene Personen, Aufsichtsbehörden, Wettbewerber oder durch sonstige anspruchsberechtigte Akteure wegen einer behaupteten rechtswidrigen Gemeinsamen Datenerhebung in Anspruch genommen (die „Inanspruchnahme“), informiert sie die andere Partei unverzüglich.

9.2 Falls und soweit der Publisher einer Inanspruchnahme ausgesetzt ist, und falls und soweit diese Inanspruchnahme nicht auf einer Verletzung von Publisher-Pflichten beruht, stellt der Vendor den Publisher von jeglichen Ansprüchen, insbesondere Schadensersatzansprüchen (Art. 92 DS-GVO) und Geldbußen (Art. 93 DS-GVO) sowie den angemessenen Kosten eines Rechtsstreits und der Rechtsverteidigung vollumfänglich frei. Eventuelle Ansprüche des Publishers auf Schadensersatz wegen darüberhinausgehender Schäden bleiben davon unberührt.

9.3 Der Publisher wird die weitere Rechtsverteidigung mit dem Vendor abstimmen, insbesondere wird der Publisher ohne Zustimmung des Vendors keine Prozesshandlungen vornehmen, Ansprüche anerkennen, Zahlungen leisten, Vergleiche abschließen, auf Rechtsbehelfe bzw. Rechtsmittel verzichten, Rechtsbehelfe bzw. Rechtsmittel verfristen lassen oder Rechtsbehelfe bzw. Rechtsmittel einlegen sowie Rechtsvertreter mandatieren.

§ 10 – Kosten

Jeder Partei trägt die bei ihr anfallenden Kosten der Erfüllung ihrer Pflichten aus dieser Vereinbarung.