

MEDIA IMPACT

Allgemeine Geschäftsbedingungen Sponsoring - Neue Version ab März 2023 –

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen Sponsoring (nachfolgend „AGB Sponsoring“) regeln das Verhältnis zwischen der Media Impact GmbH & Co. KG (nachfolgend „Media Impact“) und dem Auftraggeber im Falle des Abschlusses von Verträgen über Sponsoring-Leistungen, soweit in Textform nicht etwas anderes vereinbart wurde. Der Auftraggeber kann diese AGB Sponsoring jederzeit unter www.media-impact.de/de/agb aufrufen, ausdrucken sowie herunterladen bzw. speichern. Umfasst ein zwischen dem Auftraggeber und Media Impact geschlossener Vertrag neben Sponsoring-Leistungen auch andere Leistungen, finden diese AGB Sponsoring neben den für die anderen beauftragten Leistungen anwendbaren Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Media Impact Anwendung.

1. Vertragsschluss

1.1 Bei dem Abschluss von Verträgen über Sponsoring-Leistungen im Zusammenhang mit Veranstaltungen der Axel Springer SE oder ihrer Konzernunternehmen iSd. §§ 15 AktG ff. („Veranstalter“) handelt Media Impact im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Veranstalters.

1.2 Angebote von Media Impact über die Erbringung bestimmter Sponsoring-Leistungen im Zusammenhang mit einer bestimmten, von Media Impact vermarkteten Veranstaltung sind freibleibend, d. h. nicht bindend, es sei denn, das Angebot ist ausdrücklich als verbindlich bezeichnet.

1.3 Erteilt der Auftraggeber im Falle eines unverbindlichen Angebotes einen Auftrag, kommt der Vertrag mit Media Impact durch eine Auftragsbestätigung durch Media Impact in Textform zustande. Hat Media Impact ein verbindliches Angebot unterbreitet, kommt der Vertrag durch die Annahmeerklärung des Auftraggebers zustande.

1.4 Soweit Agenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer Vereinbarungen in Textform, mit der Agentur zustande. Die Agentur ist verpflichtet, Media Impact auf Anforderung vor Vertragsschluss einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug und einen Mandatsnachweis zukommen zu lassen.

1.5. Sponsoringaufträge von Werbe- und Mediaagenturen werden nur für namentlich konkret bezeichnete 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 von Media Impact in Textform.

1.6. Bei Agenturbuchungen behält sich Media Impact das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Auftraggeber der Agentur weiterzuleiten.

2. Erbringung der Sponsoring-Leistungen, Exklusivität

2.1 Die Hoheit für die vermarktete Veranstaltung liegt jeweils allein beim jeweiligen Veranstalter. Inhalte und Formate der vermarkteten Veranstaltung werden durch den jeweiligen Veranstalter festgelegt. Den Parteien ist bewusst, dass der Veranstalter die Veranstaltung jederzeit ändern kann.

2.2 Kommt es wegen Änderung der Veranstaltung zu geringfügigen Änderungen der gebuchten Sponsoring-Leistung, ist dies auch ohne Zustimmung des Auftraggebers möglich, wenn die Änderung

keinen wesentlichen nachteiligen Einfluss auf die Werbewirkung des Sponsorings hat. Bei erheblichen Änderungen stimmen die Parteien sich über die Änderung der Sponsoring-Leistungen ab.

2.3 Die individuelle Inszenierung des Auftraggebers auf der Veranstaltung sowie die Ausgestaltung finden in vorheriger Rücksprache mit Media Impact statt. Jede Aktion der Inszenierung des Auftraggebers auf der Veranstaltung muss vorab von Media Impact genehmigt werden.

2.4 Handelt es sich um eine Veranstaltung mit redaktionellen Inhalten, gelten die Grundsätze der Axel Springer SE zur journalistischen Unabhängigkeit, insbesondere die Leitlinien der journalistischen Unabhängigkeit bei Axel Springer).

2.5 Ist ausdrücklich eine Exklusivität des Sponsorings vereinbart, verpflichtet sich Media Impact, neben dem Auftraggeber keinen weiteren Sponsor für die vermarktete Veranstaltung zu verpflichten oder zu akzeptieren. Ist eine Branchenexklusivität vereinbart, bestimmt sich die maßgebliche Branche im Zweifel nach dem Produkt bzw. der Marke, die bei dem Sponsoring in den Mittelpunkt gestellt werden soll. Media Impact verpflichtet sich insoweit, bezogen auf das betreffende Produkt bzw. die betreffende Marke, keinen direkten Wettbewerber des Auftraggebers als weiteren Sponsor der vermarkteten Veranstaltung zu verpflichten oder zu akzeptieren. Lässt sich der Auftraggeber oder die Marke des Auftraggebers keinem konkreten Produkt bzw. Produktbereich oder einer Vielzahl an unterschiedlichen Produkten bzw. Produktbereichen zuordnen, werden sich die Parteien hinsichtlich der für die Branchenexklusivität maßgeblichen Produkte abstimmen.

2.6 Ein nachträglicher Austausch der Marke oder des Produktes, die bzw. das in den Mittelpunkt des Sponsorings gestellt werden soll, ist nur mit ausdrücklicher Zustimmung von Media Impact zulässig.

2.7 Die geltenden Kennzeichnungs- und Transparenzregeln finden Anwendung. Media Impact wird, soweit erforderlich, im Rahmen der Veranstaltung und ggf. auch in der begleitenden Berichterstattung das Sponsoring des Auftraggebers offenlegen und kennzeichnen.

3. Pflichten des Auftraggebers

3.1 Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass die von ihm im Rahmen des Sponsorings ggf. zur Verfügung gestellten Inhalte, insbesondere seine Werbemittel, so ausgestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und insbesondere alle jugendschutz-, presse-, wettbewerbs-, daten- schutz-, straf- und mediendienstrechtliche Vorschriften einhalten. Dies gilt auch für Inhalte des Auftraggebers, auf die ggf. im Wege einer Verlinkung verwiesen wird.

3.2 Im Falle eines Verstoßes gegen Ziffer 3.1. stellt der Auftraggeber Media Impact und den Veranstalter von allen etwaigen daraus entstehenden Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung, vollumfänglich auf erstes Anfordern frei. Eine Pflicht zur Prüfung der Inhalte vor ihrer Veröffentlichung besteht für Media Impact nicht.

3.3 Für die Abstimmung und Freigabe von Werbemitteln und Inhalten, in denen z. B. das Logo des Auftraggebers eingebunden werden soll, benennt der Auftraggeber eine verantwortliche, entscheidungsbefugte Kontaktperson.

4. Rechteeinräumung

4.1 Der Auftraggeber räumt Media Impact das Recht ein, den Unternehmensnamen und die hierzu jeweils freigegebenen Logos und Marken des Auftraggebers sowie die von dem Auftraggeber hierzu übermittelten Texte, Grafiken, Fotos und sonstigen Inhalte im Rahmen der Werbung für die vermarktete Veranstaltung in dem jeweils vereinbarten Umfang zu nutzen und die Logos, Marken und Inhalte hierzu zu vervielfältigen, zu veröffentlichen, zu verbreiten und öffentlich zugänglich zu machen.

4.2 Media Impact wird Logos und Marken des Auftraggebers nur nach vorheriger Zustimmung des Auftraggebers in den Originalfarben bzw. nach Originalangaben des Auftraggebers verwenden und in Werbemittel für die Veranstaltung integrieren.

4.3 Der Auftraggeber sichert Media Impact zu, dass er über sämtliche, zur Durchführung des Vertrages erforderlichen Rechte an den von ihm zur Verfügung gestellten Logos, Marken, Texten und sonstigen Inhalten verfügt und Media Impact die zur Durchführung des Vertrages notwendigen Rechte daran einräumen kann. Der Auftraggeber stellt Media Impact insoweit von allen Ansprüchen Dritter frei. Die Freistellung umfasst insbesondere alle gerichtlichen und außergerichtlichen Kosten für die Rechtsverteidigung.

5. Vergütung

5.1 Sofern nicht anders angegeben, verstehen sich sämtliche Preisangaben von Media Impact jeweils zzgl. Umsatzsteuer in gesetzlicher Höhe.

5.2 Sofern nicht anders vereinbart, ist die Vergütung jeweils nach Beendigung der vermarkteten Veranstaltung und Zugang einer Rechnung zur Zahlung fällig. Media Impact gewährt eine Zahlungsfrist von 30 Tagen ab Erhalt der Rechnung.

5.3 Sofern der Auftraggeber Leistungen beauftragt, die nicht im Sponsoringauftrag ausgewiesen sind, trägt der Auftraggeber die hierdurch entstehenden zusätzlichen Kosten. Dies gilt nicht, sofern es sich bei den Kosten um allgemeine Veranstaltungskosten handelt.

5.4 Findet die Veranstaltung aus Gründen, die der Auftraggeber nicht zu vertreten hat, nicht statt, entfällt der Anspruch von Media Impact auf die Vergütung. Ist die Zahlung bereits erfolgt, ist Media Impact verpflichtet, die auf die Sponsoring-Leistungen entfallende Vergütung zurückzuerstatten. Weitergehende Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen Media Impact wegen des Ausfalls der Veranstaltung sind ausgeschlossen.

5.5 Der Auftraggeber kann gegen Ansprüche von Media Impact 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.

6. Agenturprovisionen, Rabatt

6.1 Auf die Beauftragung mit Sponsoring-Leistungen wird keine Agenturprovision (AE) gewährt. Eine Anrechnung entsprechender Umsätze auf in Agenturvereinbarungen vereinbarte Schwellbeträge erfolgt nicht.

6.2 Die von dem Auftraggeber zu zahlenden Vergütungen für Sponsoring-Leistungen sind weder rabattnehmend, d. h. eine Rabattierung der entsprechenden Umsätze erfolgt nicht, noch sind sie commitmentbildend, d. h. sie werden bei der Berechnung etwaiger mit dem Auftraggeber allgemein vereinbarter Gesamtumsatzschwellwerte nicht berücksichtigt.

7. Gewährleistung

Entspricht die zur Erbringung der vereinbarten Sponsoring-Leistungen erfolgte Veröffentlichung von Inhalten und Werbemitteln nicht den vertraglichen Vereinbarungen, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Minderung der hierfür vereinbarten Vergütung in dem Umfang, in dem der beabsichtigte Zweck der betroffenen Inhalte und Werbemittel beeinträchtigt wurde.

8. Vertragslaufzeit, Kündigung, Höhere Gewalt

8.1 Der Vertrag über die Sponsoring-Leistungen endet mit der vollständigen Erbringung der vereinbarten Leistungen, in der Regel mit dem Ende der vermarkteten Veranstaltung.

8.2 Eine Stornierung von Werbebuchungen, die im Zusammenhang mit Sponsoring gebucht werden, ist ausgeschlossen. Dies gilt für sämtliche Werbungen, die im zeitlichen oder inhaltlichen Zusammenhang mit Sponsoring gebucht werden.

8.3 Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund liegt insbesondere vor, wenn eine der Parteien trotz erfolgter Abmahnung wiederholt eine wesentliche Vertragspflicht verletzt oder eine fortdauernde Vertragsverletzung trotz erfolgter Abmahnung nicht innerhalb angemessener Frist abstellt. Eine wesentliche Vertragspflichtverletzung liegt insbesondere vor, wenn die von dem Auftraggeber zum Zwecke der Durchführung des Vertrages zur Verfügung gestellten Inhalte gegen Rechte Dritter, gesetzliche Bestimmungen oder geltende Werberichtlinien verstoßen. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen.

8.4 Media Impact wird von ihren vertraglichen Verpflichtungen freigestellt und eine Haftung ist ausgeschlossen, wenn Media Impact an der Erbringung der vereinbarten Leistungen durch Arbeitskampf, behördliche oder gerichtliche Maßnahmen, den Folgen einer Pandemie sowie sonstige Ereignisse höherer Gewalt gehindert wird, und Media Impact dies nicht zu vertreten hat. Ferner steht Media Impact in den vorgenannten Fällen ein Recht zur außerordentlichen Kündigung des Vertrages zu.

9. Haftung von Media Impact

9.1 Media Impact 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 von Media Impact verursacht wurde.

(b) Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet Media Impact 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 Auftraggeber 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.

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

9.3 Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet Media Impact unbegrenzt nach den gesetzlichen Vorschriften.

10. Vertraulichkeit

10.1 Soweit nicht anders in Textform vereinbart, werden die Vertragsparteien über sämtliche Inhalte dieses Vertrages, sowie über sämtliche, ihnen im Rahmen der Zusammenarbeit zur Kenntnis gelangenden vertraulichen und nicht offenkundig und nicht allgemein bekannten Informationen in

Bezug auf die Vertragsparteien und ihre geschäftliche Tätigkeit während und über der Dauer der Zusammenarbeit hinaus Stillschweigen zu bewahren. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. Media Impact ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Vertrages ggf. zur Durchführung eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen i. S. d. §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen.

10.2 Die Vertraulichkeitsverpflichtung besteht während der gesamten Vertragslaufzeit und unbegrenzt über die Beendigung hinaus.

11. Datenschutz

11.1 Der Auftraggeber stellt vor jeder Übermittlung personenbezogener Daten im Sinne der DSGVO an Media Impact sicher, dass er zur Übermittlung der personenbezogenen Daten berechtigt und die jeweils betroffene Person über die Datenverarbeitung gemäß Art. 13, 14 DSGVO ausreichend informiert ist. Der Auftraggeber wird insbesondere die betroffenen Personen darüber informieren, welche Kategorien personenbezogener Daten der Auftraggeber zum Zwecke der Vorbereitung und Durchführung des Gästemanagements und/oder - jeweils soweit einschlägig - zum Versand von Einladungen zu der vertragsgegenständlichen Veranstaltung an Media Impact zum Zwecke der Weiterleitung an den Veranstalter oder dessen Auftragsverarbeiter übermittelt. Entsprechendes gilt im Falle von Personal-Akkreditierungen. Der Auftraggeber wird Media Impact auf Verlangen den entsprechenden Nachweis führen.

11.2 Der Auftraggeber stellt Media Impact und den Veranstalter von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die wegen der Verletzung der vorstehend aufgeführten datenschutzrechtlichen Pflichten geltend gemacht werden, inklusive der erforderlichen Rechtsverteidigungskosten frei.

12. Schlussbestimmungen

12.1 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.

12.2 Erfüllungsort und – soweit gesetzlich zulässig – ausschließlicher Gerichtsstand für Streitigkeit der Parteien im Zusammenhang mit dem Vertrag ist Berlin- Mitte.

12.3 Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

12.4 Mündliche Nebenabreden sind nicht getroffen. Für das Zustandekommen des Vertrags gilt die Schriftform. Diese ist eingehalten, wenn der Vertrag von Vertretern beider Parteien unterzeichnet oder durch die einfache elektronische Signatur gemäß eIDAS-Verordnung durchgeführt wurde („Schriftform“). Die Übermittlung des unterzeichneten Dokuments als Scan oder PDF ist genügend. Soweit nicht dieser Vertrag im Einzelfall ausdrücklich eine E-Mail ausreichen lässt, bedürfen Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages und seiner Anlagen (einschließlich der Aufhebung des hier beschriebenen Formerfordernisses) ebenfalls der Schriftform.

12.5 Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so wird dadurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die Parteien verpflichten sich, die unwirksame oder undurchführbare Bestimmung durch eine solche zu ersetzen, die dem wirtschaftlich Gewollten entspricht oder am nächsten kommt. Entsprechendes gilt für etwaige Regelungslücken.