Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Online-Werbung

§ 1 Geltungsbereich der AGB

1. Die Lokalradio Mettmann Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG (nachfolgend „Anbieter“ genannt) bietet die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel auf der Webseite http://www.radioneandertal.de unter Anwendung folgender Allgemeiner Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“) an.

2. Sollen zusätzlich zu der Schaltung von Online-Werbung auch Verträge über das Hörfunk-Werbespotprodukt „FUNK-KOMBI WEST“ beauftragt werden, gelten für diese zusätzlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das Hörfunk-Werbespotprodukt, abrufbar unter http://www.funkkombiwest.de/werben_buchen/agb.html

3. Die unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Anbieters führt nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. Der Anbieter schließt vorbehaltlich anderweitiger ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarung, einen Vertrag mit dem Kunden grundsätzlich auf der Grundlage dieser AGB.

4. Der Anbieter ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern. Dazu wird der Anbieter seinen Kunden rechtzeitig, d.h. mindestens ein Monat vorher, über die Änderungen unterrichten.

§ 2 Werbeauftrag

1. Werbeauftrag im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere in Online-Medien zum Zwecke der Verbreitung.

2. Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden.

3. Der Kunde erhält auf Anfrage eine Preisliste des Anbieters.

§ 3 Werbemittel

1. Werbemittel im Sinne dieser AGB können aus einem oder mehreren der nachfolgend genannten Elemente bestehen:
   a) Bilder und/oder Texte
   b) Tonfolgen und/oder Bewegtbilder
   c) sensitive Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Kunde genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Kunden liegen (z. B. Link).

2. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden von dem Anbieter als Werbung gekennzeichnet.

3. Im Interesse des Auftraggebers wie auch der Nutzer dürfen die geschalteten Werbemittel hinsichtlich der Datenmenge eine Obergrenze nicht überschreiten:
   a) Superbanner: max. 30kB
   b) Skyscraper: max. 30 kB
   c) Wallpaper: max. 60 kB
   d) Billboard: max. 80 kB
   e) Fullbanner: max. 80 kB
   f) Rectangle: max. 80 kB

4. Die Schaltung von Sonderformaten und -werbeformen ist nur nach Rücksprache mit und Zustimmung des Anbieters möglich.

§ 4 Vertragsschluss

1. Der Vertrag zwischen dem Anbieter und dem Kunden kommt durch schriftliche oder per E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrages durch den Anbieter zustande.

2. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbetreibender selbst Kunde werden, so muss er von der Werbeagentur vor Vertragsschluss ausdrücklich benannt werden. Der Anbieter ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu erlangen.

3. Änderungen oder Nebenabreden bedürfen zu ihrer Gültigkeit ebenfalls der Schriftform.

4. Von einem Vertragsschluss ausgeschlossen sind Verbraucher gemäß § 13 BGB.

§ 5 Ablehnungsbefugnis

1. Der Anbieter behält sich vor, die Ausführung auch rechtsverbindlich angenommener Aufträge wegen des Inhaltes, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen. Die Ablehnung erfolgt nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen, wenn der Inhalt der Werbeaufträge gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder der Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder die Veröffentlichung der Werbeaufträge für den Anbieter unzumutbar ist.

2. Dies gilt auch für den Fall, dass die in dem Werbeauftrag beworbene Ziel-URL gegen einen der vorgenannten Ausschlussgründe verstößt.

3. Die Zurückweisung wird dem Kunden des Anbieters schriftlich mitgeteilt. Der Kunde ist in diesem Fall berechtigt, dem Anbieter eine geänderte Version des zu schaltenden Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, zu

übermitteln. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch den Anbieter in Rechnung gestellt werden. Geht dieser Ersatz bzw. die neue Adresse nicht mehr rechtzeitig für die Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Insertionstermins bei dem Anbieter ein, behält der Anbieter den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung auch dann, wenn die Schaltung des Werbemittels nicht erfolgt.

§ 6 Terminverschiebung

Die gebührenfreie Verschiebung eines vereinbarten Insertionstermins ist nur möglich bis spätestens 7 Werktage vor dem zunächst vereinbarten Insertionstermins und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten und Zustimmung des Anbieters.

§ 7 Stornierung

Eine gebührenfreie Stornierung des Auftrages ist grundsätzlich nur bis spätestens 3 Wochen vor dem vereinbarten Insertionstermins möglich. Die Stornierung bedarf der Schriftform.

§ 8 Nachlasserstattung

1. Wird ein Auftrag aus Gründen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Kunde unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass des Anbieters zu erstatten.

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

§ 9 Pflichten des Kunden

1. Der Kunde garantiert, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Kunde stellt den Anbieter von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Kunde ist verpflichtet den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

2. Der Kunde überträgt dem Anbieter sämtliche für die Vertragsdurchführung erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte.

3. Der Kunde garantiert, bei der Gestaltung der Werbemittel die gesetzlichen Bestimmungen und Grenzen einzuhalten.

4. Der Kunde garantiert, die Werbemittel vollständig, rechtzeitig, fehlerfrei und in geeigneter Form anzuliefern. Rechtzeitig ist eine Anlieferung bis 7 Arbeitstage vor Schaltungsbeginn.

5. Kommt der Kunde dieser Verpflichtung nicht oder nur unvollständig nach, behält der Anbieter den Anspruch auf das vereinbarte Entgelt, ohne zur Werbeschaltung verpflichtet zu sein.

6. Die Pflicht seitens des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

§ 10 Platzierungsangabe

1. Hat der Kunde keinen Platzierungswunsch für das Werbemittel geäußert, ist die schriftliche Bestätigung mit dem im Auftrag angegebenen Umfang maßgeblich. Die Platzierung des Werbemittels wird vom Kunden und dem Anbieter einvernehmlich vorgenommen.

2. Sollte dies nicht herstellbar sein, entscheidet der Anbieter nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Kunden.

§ 11 Gewährleistung des Anbieters

1. Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Kunden ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, eine von Fehlern vollkommen freie Wiedergabe des Werbemittels zu ermöglichen.

2. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt nicht vor, wenn er hervorgerufen wird
   a) durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser)
   b) durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber
   c) durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern oder Online-Diensten)
   d) durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) kommerzieller und nicht kommerzieller Provider und Online Dienste
   e) durch einen Ausfall der Ad-Server oder der Server des jeweilig zum Einsatz kommenden Content-Management-Systems, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

3. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Kunden für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

4. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Kunde Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt der Anbieter eine seiner hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Kunde ein Recht zur Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

5. Der Anbieter behält sich vor, Teile der Angebote oder einzelne oder alle Angebote als Ganze ohne gesonderte Ankündigung zu verändern oder endgültig einzustellen. Ansprüche erwachsen hieraus nicht.

§ 12 Mängelrüge und Leistungsstörung

1. Der Kunde hat das Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung auf Richtigkeit zu untersuchen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist bei derartigen Handelsgeschäften beginnt bei offenen Mängeln mit der Einschaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln ab dem Zeitpunkt ihrer Entdeckung.

2. Die Einschaltung des Werbemittels gilt als genehmigt für den Fall, dass der Kunde eine rechtzeitige Mängelrüge unterlässt. Der Kunde trägt in diesem Fall die Kosten für etwaige nachträglich von ihm gewünschte Änderungen.

3. Fällt die Durchführung eines Werbeauftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. von anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Werbeauftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

§ 13 Haftung

Der Anbieter, einschließlich seiner gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen, haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Dies gilt nicht bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, bei der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt.

§ 14 Preise

1. Es gilt der im Zeitpunkt der Auftragserteilung dem Kunden mitgeteilte Preis.

2. Preiserhöhungen werden sechs Wochen vor Inkrafttreten dem Kunden bekanntgegeben. Der Kunde kann in diesem Fall zum Zeitpunkt des Inkrafttretens der Preisliste vom Vertrag zurücktreten. Dieser Rücktritt ist dem Anbieter

gegenüber jedoch unverzüglich nach Bekanntgabe der Preiserhöhung schriftlich mitzuteilen.

3. Alle Preisangaben verstehen sich brutto, zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer. Nachlässe werden entsprechend der Nachlass-Staffel gewährt.

4. Werbeagenturen oder Werbungsmittler erhalten, sofern sie ihren Kunden werblich beraten und eine entsprechende Dienstleistung nachweisen können, eine Agenturvergütung in Höhe von 15 % auf den Netto-Betrag nach Abzug von Kombi-, Mengen- und/oder Sonderrabatten und vor der jeweils gültigen Mehrwertsteuer. Rabatte werden nur einzelkundenbezogen bzw. per Einzelkunde der Agentur gewährt. Die Agenturen und Werbungsmittler verpflichten sich, ihre Kunden über die AGB, Werbepreise und Rabatte der Sender in Kenntnis zu setzen sowie in ihren Rechnungen die gewährten Rabatte auszuweisen.

§ 15 Zahlung und Zahlungsverzug

1. Die Abrechnung des Werbemittels erfolgt jeweils zum nächstmöglichen Rechnungslauf nach Ausstrahlung des letzten Werbemittels oder nach erbrachter Leistung eines Auftrages bzw. bei monatsübergreifenden Aufträgen jeweils am Monatsende als Teilrechnung. Die Rechnungen werden jeweils wöchentlich montags sowie am Monatsende erstellt. Sie werden fällig netto, ohne Abzug, 14 Tage nach Rechnungslegung. Bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungslegung eingehend bei dem Anbieter oder bei Bankeinzug, werden 2 %-Skonto gewährt.

2. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden dem Auftraggeber bankübliche Verzugszinsen sowie die Einzugskosten berechnet. Der Anbieter behält sich für diesen Fall vor, die weitere Durchführung des Werbeauftrages zurückzustellen sowie den ihr durch die Rückstellung entstehenden Schaden dem Kunden in Rechnung zu stellen.

3. Für den Fall des Vorliegens einer Einzugsermächtigung wird die Frist für die Vorabankündigung auf 3 Bankarbeitstage verkürzt. Der Kunde sichert zu, für die Deckung des Kontos zu sorgen. Kosten, die aufgrund von Nichteinlösung oder Rückbuchung der Lastschrift entstehen, gehen zu Lasten des Auftraggebers, solange die Nichteinlösung oder die Rückbuchung nicht durch den Anbieter verursacht wurde.

4. Durch die Zurückstellung der Schaltung entsteht dem Kunden kein Ersatzanspruch. Darüber hinaus ist der Anbieter berechtigt, während oder vor der Laufzeit des Werbeauftrages, das Erscheinen des Werbemittels von der Vorauszahlung der gesamten Auftragssumme abhängig zu machen.

§ 16 Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt

§ 17 Gerichtsstand und anwendbares Recht

1. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Düsseldorf.

2. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und ohne die Verweisungsnormen des internationalen Privatrechtes.

§ 18 Schlussbestimmungen

Änderungen und Ergänzungen dieser AGB einschließlich der Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.