

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

für das Werbegeschäft in Online-Medien

der

wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation mbH und Co. OHG
sowie der zur Verlagsgruppe gehörenden Unternehmen

1. Geltungsbereich

Das Angebot der wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation mbH & Co. OHG richtet sich ausschließlich an Unternehmer und öffentliche Institutionen. Aufträge von Verbrauchern i.S.d. § 13 BGB sind ausgeschlossen.

2. Werbeauftrag

2.1 „Werbeauftrag“ im Sinn der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen dem Werbetreibenden oder Inserenten (Auftraggeber) und der wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation mbH & Co. OHG (Anbieter) über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere in Online-Medien zum Zweck der Verbreitung.

2.2 Für den Werbeauftrag gelten – vorbehaltlich individueller Vereinbarungen – ausschließlich diese allgemeinen Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien sowie die bei Vertragsschluss gültigen Mediadaten des Anbieters. Abweichende oder ergänzende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers sind nicht verbindlich, auch wenn der Anbieter diesen nicht ausdrücklich widersprochen hat.

2.3 Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich nicht auf Online-Medien sondern andere Medien (insbesondere Print) oder andere Produkte beziehen, gelten, soweit im Einzelfall nichts anderes geregelt ist, die jeweiligen allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium oder Produkt.

3. Werbemittel

3.1 Ein Werbemittel im Sinne dieser Geschäftsbedingungen kann z.B. bestehen aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner) oder aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Kunden genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Kunden liegen (z.B. Link).

3.2 Werbemittel, die aufgrund ihres Inhalts oder ihrer Gestaltung nicht unmittelbar als solche erkennbar sind, werden vom Anbieter als Werbung deutlich gemacht. Dies geschieht in der Regel durch die Kennzeichnung des Werbemittels mit dem Wort „Anzeige“ und/oder räumliche Absetzung vom redaktionellen Inhalt.

3.3 Für die Schaltung von Werbemitteln kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in den jeweils gültigen Mediadaten ausgewiesen sind. Die Schaltung von Sonderformaten und -werbeformen ist nur nach Rücksprache und mit Zustimmung des Anbieters möglich.

4. Vertragsschluss

4.1 Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Ver-

einbarungen kommt der Werbeauftrag durch Bestätigung des schriftlich oder per E-Mail erteilten Auftrages zustande. Bei mündlich oder telefonisch übermittelten Aufträgen, Änderungen oder Konkretisierungen haftet der Anbieter nicht für Übermittlungsfehler.

4.2 Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Werbeauftrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbetreibender Auftraggeber werden, ist er von der Werbeagentur namentlich zu benennen. Auf Verlangen ist dem Anbieter ein entsprechender Mandatsnachweis vorzulegen.

4.3 Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbetreibendem oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. PopUp-Werbung, Banner) bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder in Textform getroffenen Vereinbarung.

5. Abwicklungsfrist

Ist im Werbeauftrag kein Zeitraum für den Abruf zur Veröffentlichung vereinbart, sind Werbemittel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abzurufen. Wird dem Auftraggeber im Rahmen eines Werbeauftrages das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsschluss abzuwickeln.

6. Auftragserweiterung

Der Auftraggeber ist berechtigt, innerhalb der in Ziffer 5 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Werbeauftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel entsprechend einer gesondert zu vereinbarenden Vergütung hinaus abzurufen. Soweit eine Auftragserweiterung möglich ist, wird der Anbieter dies dem Auftraggeber bestätigen.

7. Terminverschiebung und Stornierung

7.1 Die kostenfreie Verschiebung einer noch nicht laufenden Werbebuchung ist nur möglich bis spätestens 2 Wochen vor dem ursprünglich vereinbarten Erscheinen des Werbemittels (Schaltungsbeginn) und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten und der Zustimmung des Anbieters. Nach Ablauf der vorgenannten Frist wird für eine Verschiebung 20 % des Auftragswerts fällig.

7.2 Die kostenfreie Stornierung einer noch nicht laufenden Werbebuchung ist bis spätestens 2 Wochen vor Schaltungsbeginn des Werbemittels möglich und bedarf zumindest der Textform. Bei Nichteinhaltung der vorgenannten Frist werden 20 % des Auftragswertes berechnet.

7.3 Die kostenfreie Stornierung einer noch nicht laufenden Werbebuchung von Kooperationsmöglichkeiten (wie z.B. Advertorials, Gewinnspiele) ist bis drei Wochen vor

Schaltungsbeginn möglich. Bei Nichteinhaltung dieser Frist werden 30 % des Auftragswertes berechnet.

7.4 Technische Kosten, die bis zum Zeitpunkt der Stornierung für die Buchung entstanden sind, werden dem Auftraggeber vollständig in Rechnung gestellt.

8. Nachlasserstattung

8.1 Wird ein Werbeauftrag aus Gründen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

8.2 Vorbehaltlich anderslautender Vereinbarung hat der Auftraggeber Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Werbeauftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Mediadata zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist gegenüber dem Anbieter geltend gemacht wird.

9. Datenanlieferung

9.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, innerhalb der festgesetzten Fristen ordnungsgemäße, einwandfreie und geeignete Werbemittel entsprechend den vom Anbieter genannten Formaten und technischen Spezifikationen anzuliefern. Etwaige Abweichungen sind mit dem Anbieter unverzüglich schriftlich oder per E-Mail abzustimmen. Die Kosten für eine vom Auftraggeber gewünschte oder von ihm zu vertretende Bearbeitung oder Änderung der Werbemittel trägt der Auftraggeber.

9.2 Der Anbieter ist bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere unvollständiger, fehlerhafter oder ungeeigneter Anlieferung des Werbemittels oder bei verspäteter Anlieferung des Werbemittels nicht zur Verbreitung des Werbemittels verpflichtet. Werden erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen rechtzeitig angeliefert, so fordert der Anbieter Ersatz an.

9.3 Der Auftraggeber hat digital übermittelte Unterlagen frei von Computerviren oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Der Anbieter wird beschädigte oder infizierte Dateien von einer Nutzung ausschließen und behält sich die Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen vor, soweit ihm durch die beschädigten oder infizierten Dateien ein Schaden entsteht. Eine durch die Nichtnutzbarkeit der Dateien begründete Nichteinhaltung von Veröffentlichungsterminen hat der Anbieter nicht zu verantworten.

9.4 Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Verbreitung. Der Anbieter übernimmt für das gelieferte Werbemittel sowie sonstige Materialien keine Verantwortung und wird diese nur auf gesonderten Wunsch und auf Kosten des Auftraggebers an diesen zurückgeben.

10. Platzierung

10.1 Der Auftraggeber hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung des Werbemittels an einer bestimmten Position der jeweiligen Web-Seite sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Web-Seite. Eine Umplatzierung des Werbemittels innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung ausgeübt wird.

10.2 Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass Konkurrenten des Auftraggebers während eines mit dem Werbeauftrag identischen Zeitraumes in dem gleichen Online-Medium oder der gleichen Internetseite Werbung schalten. Der Anbieter gewährt daher keinen Konkurrenzausschluss.

11. Reklamationen

Bei beiderseitigen Handelsgeschäften hat der Auftraggeber das Werbemittel unverzüglich nach der ersten Veröffentlichung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Bei verdeckten Mängeln muss die Rüge unverzüglich nach der Entdeckung erfolgen. Unterlässt der Auftraggeber die fristgerechte Mängelrüge, so gilt das Werbemittel als genehmigt. Der Auftraggeber trägt in diesem Fall die Kosten für etwaige von ihm gewünschte nachträgliche Änderungen.

12. Rechtgewährleistung des Auftraggebers

12.1 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Anbieter ist nicht verpflichtet, das Werbemittel auf mögliche Rechtsverstöße hin zu überprüfen. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels und stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrages, auch wenn er storniert sein sollte, von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

12.2 Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen räumlich unbeschränkten Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vielfältigkeit, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Werbeauftrags notwendigen Umfang. Die vorgenannten Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

12.3 Hat der Anbieter die optische und technische Gestaltung des Werbemittels für den Auftraggeber ausgeführt, so ist eine Verwendung dieser Vorlage zum Zweck anderweitiger Veröffentlichungen nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Anbieters gestattet.

13. Gewährleistung des Anbieters

13.1 Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, angemessene Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein vollkommen fehlerfreies Programm zu erstellen.

13.2 Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn die Beeinträchtigung hervorgerufen wird durch - die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware- und/oder Hardware (z.B. Browser), - Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern), - unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern), - einen Ausfall des AdServers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30

Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des AdServers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

13.3 Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Werbeauftrages.

13.4 Beruhen etwaige Mängel an den vom dem Auftraggeber gelieferten Werbemitteln, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

13.5 Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, im Übrigen innerhalb von vier Wochen seit erstmaliger Schaltung des Werbemittels schriftlich oder in Textform gegenüber dem Anbieter geltend gemacht werden.

14. Ablehnungsbefugnis und Sperrung

14.1 Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge und einzelne Abrufe im Rahmen eines Werbeauftrages abzulehnen bzw. zu sperren, wenn die Zustimmung des Herausgebers fehlt oder wenn der Auftrag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abgelehnt wird bzw. unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Werbeaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines verbindlichen Werbemittel-Musters und dessen Billigung bindend. Die Vorlage des Werbemittel-Musters hat bis spätestens 4 Werktagen vor Buchungsschluss zu erfolgen. Gleiches gilt, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch die Voraussetzungen aus Satz 1 erfüllt sind.

14.2 Die Zurückweisung oder Sperrung wird dem Auftraggeber mitgeteilt. Der Auftraggeber ist in diesem Fall berechtigt, dem Anbieter eine geänderte Version des zu schaltenden Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, innerhalb der festgesetzten Fristen gemäß Ziffer 7 (1) zu übermitteln. Die insoweit entstehenden Aufwände trägt der Auftraggeber. Kann der Auftraggeber die geänderte Version nicht rechtzeitig übermitteln, behält der Anbieter den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung auch dann, wenn die Schaltung des Werbemittels nicht erfolgt. Dem Auftraggeber obliegt der Nachweis, dass kein oder ein geringerer Schaden entstanden ist.

15. Leistungsstörungen

Entfällt die Durchführung eines Werbeauftrages aus Gründen, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, z.B. software- oder technisch bedingt, insbesondere aufgrund von Rechnerausfall, höherer Gewalt, Streiks, gesetzlichen Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Providern, Netzbetreibern oder anderen Leistungsanbietern, oder aus vergleichbaren Gründen, wird die Durchführung des Werbeauftrages nach Möglichkeit

nachgeholt. Bei Nachholen in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

16. Haftung

16.1 Eine Haftung des Anbieters für leicht fahrlässige Pflichtverletzungen ist ausgeschlossen, soweit keine vertragswesentlichen Pflichten, Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers und der Gesundheit oder Garantien betreffen oder Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz berührt sind. Gleiches gilt für die Erfüllungsgehilfen des Anbieters.

16.2 Bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet der Anbieter für jede Fahrlässigkeit bis zur Höhe des vorhersehbaren Schadens, höchstens jedoch bis zur Höhe des Preises des Werbemittels.

16.3 Ansprüche auf entgangenen Gewinn, ersparte Aufwendungen, aus Schadensersatzansprüchen Dritter sowie auf sonstige mittelbare Folgeschäden können nicht verlangt werden.

16.4 Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise vorhersehbaren Schaden begrenzt, höchstens jedoch bis zur Höhe des Preises des Werbemittels.

17. Mediadata

17.1 Es gelten die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Mediadata des Anbieters. Eine nachträgliche Änderung der Mediadata bleibt vorbehalten. Der Anbieter wird Preiserhöhungen für bestätigte Aufträge mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels ankündigen. Bei Preiserhöhungen treten die neuen Tarife auch für laufende Aufträge mit sofortiger Wirkung in Kraft. Im Falle von Preiserhöhungen steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Die Erklärung des Rücktritts muss dem Anbieter innerhalb von 14 Kalendertagen seit Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung schriftlich oder in Textform zugehen.

17.2 Die in den Mediadata genannten Preise sind netto und verstehen sich zzgl. der jeweiligen gesetzlichen Mehrwertsteuer.

17.3 Nachlässe bestimmen sich nach den jeweils gültigen Mediadata. Nachlässe werden nur für innerhalb eines Jahres erscheinende Werbemittel eines Werbetreibenden gewährt. Die Frist für Nachlassaufträge beginnt mit der Veröffentlichung des ersten nachlassberechtigten Werbemittels.

17.4 Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Mediadata des Anbieters zu halten. Die vom Anbieter gewährte Agenturprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Provisionen werden nur an die vom Anbieter anerkannten Werbemittler vergütet.

17.5 Soweit für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung in Anspruch genommen wird, ist die vorherige schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 % erforderlich.

18. Rechnungsstellung und Zahlungsverzug

18.1 Die Rechnungsstellung erfolgt in der Regel zu Beginn der jeweiligen Werbeschaltung. Die Rechnung ist innerhalb der aus ihr ersichtlichen Frist zu bezahlen, so-

fern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung ausdrücklich vereinbart ist.

18.2 Bei bargeldloser Zahlung erlischt die Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers erst nach vorbehaltloser Gutschrift auf einem der Konten des Anbieters. Der Anbieter ist berechtigt, entgegen anderslautender Bestimmungen des Auftraggebers Zahlungen zunächst auf dessen ältere Schulden, sodann auf die Kosten, dann auf die Zinsen und zuletzt auf die Hauptforderung anzurechnen.

18.3 Werden die Zahlungsfristen nicht eingehalten, gerät der Auftraggeber, ohne dass es einer zusätzlichen Mahnung bedarf, ab dem Fälligkeitstag in Zahlungsverzug.

18.4 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in gesetzlicher Höhe sowie Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Werbemittel Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Anbieter berechtigt, auch während der Laufzeit eines Werbeauftrages das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

19. Kündigung

19.1 Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

19.2 Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt unberührt. Der Anbieter ist zur außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Auftraggeber seiner Zahlungsverpflichtung trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, der Auftraggeber trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen verstößt, das Werbemittel Rechte Dritter verletzt oder der Auftraggeber das Werbemittel oder die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat.

19.3 Im Falle einer außerordentlichen Kündigung kann der Anbieter mit sofortiger Wirkung die Schaltung des Werbemittels oder einzelner Abrufe absetzen. Bei außerordentlicher Kündigung durch den Anbieter hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten Nachlass und dem Nachlass, wie er sich nach erfolgter Kündigung in Bezug auf die tatsächlich erfolgte Schaltung des Werbemittels oder einzelner Abrufe errechnet, zu erstatten.

20. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nicht anders vereinbart, obliegt es dem Anbieter, die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel innerhalb von 10 Werktagen nach Ausführung des Werbeauftrages für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten.

21. Datenschutz

21.1 Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Inhalte der Datenschutzerklärung des Anbieters, wie sie im Webauftreten des Anbieters abrufbar ist, einzuhalten.

21.2 Soweit ein Werbemittel die Erhebung personenbezogener Daten ermöglicht, ist ausschließlich der Auftraggeber Verantwortlicher im Sinne der datenschutzrechtlichen Vorschriften und trägt als solcher allein die Verantwortung für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Anforderungen der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung sowie sonstiger einschlägiger Datenschutzgesetze und stellt den Anbieter insoweit von jeglicher Haftung frei. Der Anbieter übernimmt für den Auftraggeber keine Auftragsverarbeitung.

21.3 Die Vertragsdaten/Auftragsdaten werden zur Durchführung des Insertionsauftrages sowie im Rahmen der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen gespeichert. Die Verarbeitung personenbezogener Daten erfolgt zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen oder zur Erfüllung eines Vertrages (Art. 6 Abs. 1 Buchstabe b DS-GVO) sowie darüber hinaus zur Wahrung berechtigter Interessen (Art. 6 Abs. 1 Buchstabe f DS-GVO), wie z.B. zur direkten Kundenansprache, soweit der Nutzung der Daten nicht widersprochen wurde.

22. Gerichtsstand und anwendbares Recht

22.1 Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.

22.2 Es gilt ausschließlich deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

22.3 Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit Werbeaufträgen ist der Sitz des Anbieters.

23. Schlussbestimmungen

23.1 Im Streitfall gehen die Regelungen dieser Geschäftsbedingungen den Regelungen in den Mediadaten, Nachlassstaffeln sowie dem Skonto vor.

23.2 Änderungen oder Ergänzungen dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen der Schriftform. Zusätzliche mündliche Vereinbarungen erhalten erst durch schriftliche Bestätigung des Anbieters Gültigkeit.

23.3 Die Versendung einer E-Mail entspricht der in diesen Geschäftsbedingungen geforderten Schriftform.

23.4 Eine etwaige Ungültigkeit einer Bestimmung dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen berührt nicht die Gültigkeit der übrigen Regelungen dieser Geschäftsbedingungen. Ungültige Bestimmungen sind durch solche zu ersetzen, die der beabsichtigten Bedeutung der ungültigen Bestimmung am nächsten kommen. Gleiches gilt bei Auftreten evtl. ausfüllungsbedürftiger Lücken.