

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

Für das Leistungsangebot der SMARTSTREAM.TV GmbH gelten folgende Bedingungen:

## 1. Vertragspartner

SMARTSTREAM.TV GmbH (nachfolgend „**STV**“ genannt) ist ein konzernrechtlich verbundenes Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE und vermarktet Werbeplätze und Werbeformen („**Werbeleistungen**“) verschiedener Webseitenbetreiber und Betreiber mobiler Web-Applikationen („**Publisher**“). Dazu zählen auch Werbeplätze und Werbeformen, bei denen der Betreiber die ProSiebenSat.1 Media SE bzw. ein verbundenes Konzernunternehmen ist.

Die Vermarktung findet im eigenen Namen von STV statt. Vertragspartner der STV kann die Agentur oder direkt ein Werbungtreibender sein („**Direktkunde**“).

Soweit nachfolgend von „**Vertragspartner**“ gesprochen wird, gilt die Regelung unabhängig davon ob Agentur oder Direktkunde Partei des Vertrages ist. Bei Regelungen die nur Agentur oder Direktkunde betreffen werden diese Termini statt Vertragspartner benutzt. Als „**Parteien**“ werden STV und der Vertragspartner zusammen bezeichnet, „**Partei**“ kann sowohl STV oder der Vertragspartner sein. Der Terminus „**Kunde der Agentur**“ oder „**Werbungstreibende**“ wird verwendet, soweit das vertragliche Verhältnis Agentur zu Werbungtreibenden gemeint ist.

## 2. Geltungsbereich

- 2.1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („**AGB**“) der STV regeln die Vertragsbeziehungen zwischen STV und ihren Vertragspartnern hinsichtlich des Auftrags zur Buchung von Werbeleistungen („**Auftrag**“).
- 2.2. Für den Auftrag gelten, soweit nicht schriftlich etwas anderes vereinbart ist, ausschließlich die AGB von STV. Abweichungen von diesen AGB und mündliche Abreden sind nur wirksam, wenn sie von STV schriftlich bestätigt werden. Eine Änderung dieses Formerfordernisses ist nur wirksam, wenn sie schriftlich bestätigt wird. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Vertragspartners werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Vertragspartners nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder STV ihre Leistungen widerspruchslos erbringt.
- 2.3. STV behält sich das Recht vor, diese AGB jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern und anzupassen, wenn dies aus einem zwingenden Grund, wie etwa der Änderung von Gesetzen oder der Rechtsprechung oder zwingender betrieblicher Erfordernisse sowie Änderung der Marktverhältnisse erforderlich wird. Über Änderungen dieser AGB wird STV den Vertragspartner unverzüglich informieren. Widerspricht der Vertragspartner solchen Änderungen nicht innerhalb einer Frist von 4 (vier) Wochen schriftlich, gelten die Änderungen als angenommen. Im Falle eines Widerspruchs bleiben die ursprünglichen AGB in Kraft. Über die Wirkungen des Fristablaufs wird STV den Vertragspartner in der Änderungsmitteilung hinweisen.

## 3. Zustandekommen des Auftrags

- 3.1. Angebote der STV sind unverbindlich und freibleibend, d.h. nicht bindend und stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Leistungen.
- 3.2. Der Auftrag kommt zustande durch (a) sobald jeder Partei ein von der jeweils anderen Partei unterzeichnetes Vertragsexemplar (i) im Original oder (ii) als Scankopie per E-Mail oder per Fax oder (iii) als elektronisches Dokument mit elektronischer Signatur zugegangen ist, (b) durch Bestätigung durch STV des vom Vertragspartner unterbreiteten eigenen Angebotes oder des vom Vertragspartner akzeptierten Angebotes der STV oder (c) durch Erbringung der Leistung durch STV zustande.
- 3.3. Bei Aufträgen von Agenturen ist der Werbungtreibende namentlich genau zu bezeichnen (Name, vollständige Anschrift, sowie im Einzelfall seitens STV ggf. geforderte weitere Angaben). STV ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen. Vertragspartner ist auch in

diesen Fällen die Agentur. Sofern nicht anders vereinbart, erfolgt die Fakturierung an die Agentur. Die Agentur tritt mit Zustandekommen des Auftrages die Zahlungsansprüche gegen ihren Kunden aus dem der Forderung zugrundeliegenden Werbevertrag an STV ab. STV nimmt diese Abtretung hiermit an (Sicherungsabtretung). Sie ist berechtigt, diese dem Kunden der Agentur gegenüber offen zu legen, wenn die Forderung nicht innerhalb eines Monats nach Fälligkeit beglichen ist.

- 3.4. Bei Agenturbuchungen behält sich STV das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Kunden der Agentur weiterzuleiten.
- 3.5. Die Zusammenfassung von mehreren Werbungtreibenden in einem Werbemotiv (sog. Verbundwerbung) bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung von STV. Die Werbungtreibenden sind namentlich zu benennen. STV ist zur Erhebung eines Verbundzuschlages in Höhe von 20 % (zwanzig Prozent) bei zwei Werbungtreibenden bzw. 30 % (dreißig Prozent) bei drei oder mehreren Werbungtreibenden berechtigt.

#### 4. Leistungsgegenstand / Inhalt des Auftrags

- 4.1. Die Werbeleistungen werden von STV während des mit dem Vertragspartner vereinbarten Medienzeitraums auf den vereinbarten Websites oder Applikationen bei den Betreibern bzw. Produzenten der jeweiligen Internetangebote eingebucht. Die Websites, Applikationen und Bereiche des jeweiligen Publishers ergeben sich aus der zum Zeitpunkt der Auftragsbestätigung durch STV jeweils gültigen Produktbeschreibungen. STV wird sich nach Kräften darum bemühen, die Schaltung der Werbeleistungen in den vom Vertragspartner gegebenenfalls gewünschten Werbeumfeldern zu ermöglichen, ohne hierfür eine Gewähr zu übernehmen. Für die Sichtbarkeit der Werbeleistungen für den Internet-Benutzer wird keine Gewähr übernommen. Ferner wird keine Gewähr dafür übernommen, dass die Werbeleistungen neben den in den Mediadaten ausgewiesenen Werbeumfeldern nicht auch auf weiteren Werbeumfeldern vorgenommen werden. Der Vertragspartner hat keinen Anspruch auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweiligen Internet-Seiten bzw. Applikationen.
- 4.2. STV ist berechtigt, vorgenommene Platzierungen von Werbeleistungen bis eine Woche vor Schaltung umzubuchen, soweit die Umbuchung für den Vertragspartner zumutbar ist.
- 4.3. Konkurrenzausschluss kann auch nicht innerhalb einer Internetseite gewährt werden, d.h. dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass Konkurrenten des Vertragspartners während des gleichen Zeitraums innerhalb derselben Internetseite Werbung schalten.
- 4.4. In Ausnahmefällen kann von STV die Bereitstellung von Werbemitteln über einen externen Ad-/Mediaserver zugelassen werden. Für diese Fälle behält sich die STV das Recht vor, diese Werbemotive vor deren Schaltung zu sichten und eine Schaltung gegebenenfalls abzulehnen. Der Vertragspartner ist verpflichtet, STV diese Werbemotive zwecks Sichtung vorzulegen sowie im Falle von nachträglichen Änderungen STV diese anzuzeigen.
- 4.5. STV wird dem Vertragspartner über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten AdImpressions(2) und/oder AdClicks(3) sowie ggf. vereinbarter weiterer Leistungskennzahlen in einem durch die STV vorgegebenen Format berichten. Maßgeblich sind insoweit die von der STV über ihren Ad.Server(4) ermittelten Daten.
- 4.6. Für die Leistungsabrechnung ausschlaggebend sind die im bestätigten Auftrag aufgeführten Parameter (Menge (z.B. Volumen an gebuchten AdImpressions) x Preis (z.B. TKP/CPM)) in Verbindung mit der tatsächlich erbrachten Leistung (siehe 4.5).

#### 5. Beistellungen des Vertragspartners

- 5.1. Der Vertragspartner ist verpflichtet, STV vor dem vereinbarten Schaltungstermin das für die Schaltung der Werbeleistungen notwendige Material, bspw. Werbespots, Werbebanner, Grafiken, Bild-, Video-, Tondateien und/oder andere für die Erbringung der Werbeleistungen erforderlichen Inhalte („**Material**“) kostenfrei zur Verfügung zu stellen. Die Qualität des Materials in technischer und inhaltlicher Hinsicht liegt in der alleinigen Verantwortung des Vertragspartners.
- 5.2. Maßgeblich sind die zum Zeitpunkt der Schaltung gültigen technischen Spezifikationen der STV, welche im Internet (<http://www.smartstream.tv>) zugänglich sind. Diese definieren abhängig von der Werbeform: die technische Beschaffenheit des Materials, die Vorlaufzeit zu der das Material spätestens vor Schaltung angeliefert werden muss und die Art und Weise, wie das Material angeliefert werden muss.

- 5.3. Ist für die Werbeform keine technische Spezifikation definiert, beträgt die Vorlaufzeit 10 (zehn) Werktagen (Montag bis Freitag) vor dem vereinbarten Schaltungstermin und das Material ist per E-Mail zu übersenden an: ads@smartstream.tv.
- 5.4. STV behält sich vor, vom Vertragspartner zur Verfügung gestellte Materialien zurückzuweisen und/oder die Werbeleistung vorzeitig abzubrechen, wenn ein sachlicher Grund hierfür gegeben ist. Eine Zurückweisung bzw. ein vorzeitiger Abbruch erfolgt stets, wenn die zur Verfügung gestellten Materialien gegen geltendes Recht, insbesondere auch gegen die jeweils geltenden Werberichtlinien der Landesmedienanstalten, oder die guten Sitten verstößt. Klargestellt wird, dass STV die zur Verfügung gestellten Materialien ausschließlich in Bezug auf offenkundige Rechtsverstöße sichtet. STV ist auch im Übrigen dazu berechtigt, Materialien wegen deren Herkunft, Inhalt, Form oder aus Gründen technischer Qualität zurückzuweisen. Die Zurückweisung sowie die Gründe hierfür teilt STV dem Vertragspartner unverzüglich mit. Der Vertragspartner ist im Falle der Zurückweisung dazu verpflichtet, unverzüglich neues einwandfreies Material zur Verfügung zu stellen, auf welches die Zurückweisungsgründe nicht zutreffen.
- 5.5. Bei nicht fristgerechter, unvollständiger und/oder nicht den technischen Spezifikationen entsprechender Anlieferung der Werbemittel ist STV berechtigt, die vorgesehenen Platzierungen anderweitig zu besetzen, bis die Lieferung einwandfrei erfolgt. Ein Nachholen der Durchführung des Auftrages liegt im Ermessen von STV.
- 5.6. Die Pflicht zur Aufbewahrung des beigegebenen Materials endet mit dem jeweiligen Ende des Leistungszeitraumes. STV sendet das Material an den Vertragspartner auf dessen Gefahr und Kosten zurück, wenn dieser dies innerhalb von 10 (zehn) Werktagen nach Beendigung des Leistungszeitraumes schriftlich von STV (E-Mail ausreichend) verlangt. STV ist zur Zurückbehaltung des Materials bis zur vollständigen Zahlung berechtigt. Ohne Aufforderung zur Rücksendung ist STV zur Vernichtung des Materials berechtigt. STV haftet nur im Rahmen der Ziffer 10. für während der Lagerung des Materials auftretenden Schäden oder Verlust des Materials.

## 6. Nutzungsrechte

- 6.1. Der Vertragspartner garantiert, dass er an dem von ihm übermittelten Material sämtliche für die jeweils gebuchte Werbeleistung erforderlichen Nutzungsrechte inne hat, insbesondere dass er über die erforderlichen Urheber-, Marken-, Leistungsschutz-, Persönlichkeits- und/oder sonstigen Rechte verfügt („**Schutz-Rechte**“) und diese zum Zwecke der Auftragserfüllung STV einräumen bzw. übertragen kann, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich, in dem für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Umfang. Wird STV oder ein von STV mit der Durchführung der gebuchten Werbeleistung beauftragtes Unternehmen („**Beauftragten**“) von einem Dritten, einschließlich staatlicher Institutionen, wegen tatsächlicher oder behaupteter Verletzung von (Schutz-)Rechten in Anspruch genommen, stellt Vertragspartner STV und/oder den betreffenden Beauftragten von sämtlichen Ansprüchen Dritter, einschließlich der in diesem Zusammenhang entstehenden notwendigen gerichtlichen und außergerichtlichen Kosten und Aufwendungen, insbesondere Rechtsanwaltskosten, auf erste Anforderung vollumfänglich frei, und zwar durch Zahlung von Geld, und ersetzt etwaige darüberhinausgehende Schäden. Der Vertragspartner ist verpflichtet, STV nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- 6.2. Der Vertragspartner räumt STV sämtliche für die vertragsgegenständliche Nutzung des übermittelten Materials erforderlichen Urheber-, sowie Leistungsschutzrechte und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Bearbeitung, Vervielfältigung, Verbreitung, Auslieferung, öffentlichen Zugänglichmachung und zwar zeitlich und inhaltlich, in dem für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Umfang, ein, insbesondere auch das Recht, vorgenannte Rechte an zur Erbringung der Werbeleistungen beauftragte Dritte einzuräumen. Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung sowie weitere für die Werbeleistungen erforderlichen Nutzungsrechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung bzw. öffentlichen Zugänglichmachung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen des Internets.
- 6.3. Sämtliche Urheber-, Leistungsschutz- und sonstige Rechte an der von STV und/oder von Dritten im Auftrag realisierten Elemente für Werbeleistungen (z.B. Overlay für Werbevideo etc.) verbleiben bei STV und/oder dem Dritten. Die Nutzung solcher Elemente durch den Vertragspartner außerhalb der betreffenden Kooperation bedarf der vorherigen Zustimmung seitens STV(Lizenz) ggf. gegen Zahlung einer im Einzelfall zu verhandelnden Lizenzvergütung.

## **7. Rechtliche Verantwortung des Vertragspartners**

- 7.1. Die rechtliche Verantwortung, insbesondere die straf-, medien-, jugendschutz- sowie presserechtliche und wettbewerbsrechtliche Verantwortung für den Inhalt sämtlichen zur Verfügung gestellten Materials, trägt ausschließlich der Vertragspartner. Der Vertragspartner stellt sicher, dass er STV kein Material zur Verfügung stellt, das Kinder adressiert. Der Vertragspartner ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen und die jeweils geltenden gemeinsamen Werberichtlinien der Landesmedienanstalten verstoßen. Der Vertragspartner gewährleistet, dass durch den jeweiligen Inhalt Rechte Dritter nicht beeinträchtigt werden. Der Vertragspartner gewährleistet, im Rahmen der Kooperation keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu publizieren oder auf diese Bezug zu nehmen.
- 7.2. Der Vertragspartner verpflichtet sich, STV und/oder den jeweiligen Publisher von allen etwaigen Ansprüchen Dritter (einschließlich Behörden) auf erste Anforderung vollumfänglich freizustellen, die STV aus oder im Zusammenhang mit der Durchführung des Auftrages erwachsen können. Dies gilt insbesondere im Falle einer Inanspruchnahme durch Dritte, gleich aus welchem Rechtsgrund, und die daraus entstehenden Kosten der Rechtsverteidigung.

## **8. Gebrauchsüberlassung an Dritte**

Beabsichtigt der Vertragspartner, die für die Werbeleistungen gebuchten Internet-Seiten/-Bereichen Dritten zum Gebrauch für Werbezwecke zu überlassen, so hat er zuvor eine Erlaubnis von STV einzuholen. STV wird der Überlassung nur zustimmen, soweit der Vertragspartner ein berechtigtes Interesse nachweisen kann. Berechtigte Interessen sind nicht solche, die bereits im Zeitpunkt des Abschlusses des Auftrages vorhanden waren.

## **9. Gewährleistung**

- 9.1. Die Schaltung der Werbeleistungen erfolgt in der jeweils bei dem Internetanbieter üblichen Wiedergabequalität und in Abhängigkeit von dem technischen Standard des jeweiligen technischen Equipments des Internet- Benutzers.
- 9.2. Der Vertragspartner ist verpflichtet, die geschaltete Werbeleistung unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Fehler innerhalb der ersten zwei Schaltungstage (Werktage) zu reklamieren. Nach Ablauf dieser Frist gilt ein etwaiger Fehler als genehmigt.
- 9.3. Wenn durch höhere Gewalt vertragliche Verpflichtungen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht ordnungsgemäß erfüllt werden können, ist STV insoweit von ihrer Leistungspflicht während des Ereignisses höherer Gewalt befreit. „Höhere Gewalt“ meint ein von außen kommendes, keinen betrieblichen Zusammenhang aufweisendes, auch durch äußerste vernünftigerweise zu erwartende Sorgfalt nicht abwendbares Ereignis., deren Ursachen nicht in der Sphäre von STV liegt.
- 9.4. Wird eine vertragliche Leistung aus Gründen, die STV zu vertreten hat, nicht, nicht rechtzeitig oder nicht ordnungsgemäß erbracht, stellt STV die auftragsgemäße Durchführung im Rahmen der Verfügbarkeit durch Nacherfüllung nach eigener Wahl sicher. Die Auswahl der Nacherfüllung trifft STV nach billigem Ermessen. Für den Fall, dass eine Nacherfüllung fehlschlägt oder aus zeitkritischen Gründen nicht möglich ist (z.B. Aktionszeitraum des beworbenen Produktes), kann der Vertragspartner eine Minderung des gebuchten Budgets entsprechend dem Umfang der Minderleistung geltend machen. Diese Rechte verjähren in 12 (zwölf) Monaten ab Kenntnis des Vertragspartners von der nicht auftragsgemäß erfolgten oder unterbliebenen Leistung.

## **10. Haftung von STV**

- 10.1. STV haftet im Rahmen des Auftrags dem Grunde nach für Schäden des Vertragspartners,
  - 10.1.1. die STV oder ihre gesetzlichen Vertreter oder leitenden Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben;

- 10.1.2.** die durch die Verletzung einer Pflicht durch STV, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalpflichten), entstanden sind;
  - 10.1.3.** wenn diese Ansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz resultieren;
  - 10.1.4.** wenn bei Kauf- oder Werkverträgen von STV eine Garantie für die Beschaffenheit der Sache übernommen wurde oder arglistig getäuscht wurde;
  - 10.1.5.** aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung der STV oder eines ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen.
- 10.2.** STV haftet in voller Höhe bei Schäden, die vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurden bzw. bei der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Im Übrigen wird der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt, im Falle des Verzugs auf 5 % (fünf Prozent) des Auftragswerts. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
- 10.3.** Soweit STV gemäß Ziffer 2. nur in Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens haftet, besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn.
- 10.4.** In anderen als den in Ziffer 10.1. und Ziffer 10.3 genannten Fällen ist die Haftung von STV-unabhängig vom Rechtsgrund - ausgeschlossen.
- 10.5.** Soweit die Haftung von STV ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen von STV.

## **11. Rücktritt**

- 11.1.** STV ist berechtigt, von Aufträgen bis zu 2 (zwei) Wochen vor der Erbringung der Werbeleistung zurückzutreten, wenn ein sachlich gerechtfertigter Grund hierfür vorliegt.
- 11.2.** STV kann jederzeit von einem Auftrag zurücktreten, wenn die Erfüllung der von STV geschuldeten Leistungen aus Gründen höherer Gewalt nicht möglich ist oder wenn nicht vorhersehbare, durch zumutbare Aufwendungen nicht zu überwindende Hindernisse auftreten, welche STV nicht zu vertreten hat wie z.B. Anordnungen von Behörden oder sonstiger staatlicher Stellen. In diesem Fall sind Ansprüche des Vertragspartners ausgeschlossen. Ein Rücktrittsrecht besteht nicht in Fällen, in denen STV das Leistungshindernis schuldhaft herbeigeführt hat.
- 11.3.** Sollte STV in Ausnahmefällen und im eigenen Ermessen Rücktrittersuchen des Vertragspartners nach Auftragsbestätigung seitens STV und vor bzw. während der Kampagnenlaufzeit zustimmen, ist STV berechtigt, eine abhängig vom Kampagnenvolumen und Zeitpunkt der Stornierung nach billigem Ermessen festzusetzende Stornovergütung zu berechnen. Ein Anspruch des Vertragspartners auf Stornierung ist auch bei Zahlung einer Stornovergütung ausgeschlossen.

## **12. Außerordentliche Kündigung**

- 12.1.** Beide Parteien sind berechtigt, einen Auftrag mit sofortiger Wirkung zu kündigen, wenn ein wichtiger Grund vorliegt. Ein wichtiger Grund, welcher STV zur fristlosen Kündigung berechtigt, liegt insbesondere vor, wenn:
  - 12.1.1.** der Vertragspartner insolvent wird, insbesondere wenn das gerichtliche Insolvenzverfahren über sein Vermögen beantragt oder eröffnet wurde bzw. wenn die Eröffnung des Insolvenzverfahrens mangels Masse abgelehnt wurde;
  - 12.1.2.** der Vertragspartner die Liquidation seines Unternehmens beschließt oder seine Geschäftstätigkeit tatsächlich einstellt;
  - 12.1.3.** gegen eine und/oder beide Parteien und/oder ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE infolge einer vertragsgegenständlichen Leistung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde;
  - 12.1.4.** wenn der Vertragspartner gegen den Zustimmungsvorbehalt gemäß Ziffer 8. verstößt.
  - 12.1.5.** Maßnahmen oder Anordnungen von Behörden oder sonstiger staatlicher Stellen der

Erfüllung der von STV geschuldeten Leistungen entgegenstehen;

- 12.1.6.** für die STV der begründete, durch den Vertragspartner nicht widerlegbare Verdacht besteht, dass der Vertragspartner oder die von ihm zur Verfügung gestellten Angebote und/oder Kooperationsinhalte gegen rechtliche Bestimmungen, insbesondere des Strafgesetzbuches, des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages oder die geltenden Werberichtlinien, verstößt bzw. verstoßen. Ein begründeter Verdacht besteht, sobald der STV auf Tatsachen gestützte Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen rechtliche Bestimmungen vorliegen, insbesondere ab der Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen den Vertragspartner bzw. ab der Aufforderung des Vertragspartners zu einer Stellungnahme durch die zuständige Landesmedienanstalt.
- 12.2.** Die bis zum Zugang einer Kündigung erbrachten Leistungen der STV sind seitens des Vertragspartners entsprechend des Leistungsumfangs zu vergüten. Ferner ist die bis zu diesem Zeitpunkt bereits erbrachte Vergütung nicht zurück zu gewähren.

### **13. Preise**

Die bei Abschluss des Auftrages für Video-Werbe-Buchungen zugrunde gelegten Preise basieren auf den Preislisten bzw. Preisinformationen innerhalb der Angebote der STV in ihrer bei Annahme des Auftrages gültigen Fassung.

### **14. Zahlungsbedingungen / Umsatzsteuer / Programmatic Advertising**

- 14.1.** Im Falle von klassischen Einbuchungen(1) erfolgt die Rechnungsstellung gesondert für die einzelnen Werbeleistungen in Teilen während oder vollständig am Ende des Leistungszeitraums. Die Zahlung erfolgt schuldbefreiend auf das in der Rechnung von STV bezeichnete Konto. STV behält sich vor, Vorauszahlungen zu verlangen. Zahlungen sind jeweils ohne Abzug nach Erhalt der Rechnung sofort fällig. Verzug tritt 30 (dreißig) Werktagen nach Fälligkeit und Zugang der Rechnung ein.
- 14.2.** Bankspesen gehen zu Lasten des Vertragspartners. Zahlungen des Vertragspartners gelten erst dann als erfolgt, wenn STV über den Betrag verfügen kann.
- 14.3.** Bei Zahlungsverzug ist STV berechtigt, eine weitere Leistungserbringung zu unterlassen. Ein Zurückbehaltungsrecht besteht auch in allen Fällen einer wesentlichen Verschlechterung der wirtschaftlichen Verhältnisse des Vertragspartners, wenn Vertragspartner eine Agentur ist zusätzlich auch bei einer wesentlichen Verschlechterung der wirtschaftlichen Verhältnisse des Kunden der Agentur. Der Zahlungsanspruch, auch für die etwa noch nicht erbrachten Leistungen bleibt dessen ungeachtet bestehen. STV ist berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von 9 (neun) Prozentpunkten über dem Basiszinssatz zu verlangen. Die Geltendmachung eines weitergehenden Schadens bleibt ausdrücklich vorbehalten. Das Recht des Vertragspartners auf Nachweis eines geringeren Verzugschadens bleibt hiervon unberührt.
- 14.4.** Aufrechnungsrechte stehen dem Vertragspartner nur dann zu, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt, unbestritten oder von STV anerkannt sind. Außerdem ist er zur Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts nur insoweit befugt, als sein Gegenanspruch auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht und rechtskräftig festgestellt, unbestritten oder von STV anerkannt ist.
- 14.5.** Soweit eine variable Vergütung vereinbart ist, haben STV durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer, vereidigten Buchprüfer oder einer sonstigen aus berufsrechtlichen Gründen zur Verschwiegenheit verpflichteten Person in zumutbarem Umfang jederzeit innerhalb der üblichen Geschäftszeiten das Recht, Einsicht in die die Kooperation betreffenden Geschäftsbücher und -unterlagen einschließlich EDV-Unterlagen sowie Lagerbestände des Vertragspartners zu nehmen und zu Prüfungszwecken Kopien oder Ausdrücke zu verlangen. Zu den vom Vertragspartner vorzulegenden Unterlagen gehören auch solche, die nicht unter einen Auftrag fallende Waren oder Dienstleistungen des Vertragspartners betreffen. Die bei der Buchprüfung entstehenden Kosten sind vom Vertragspartner zu tragen, wenn sich eine Abweichung zu Lasten von STV von mehr als 3 % (drei Prozent) gibt. Der Vertragspartner wird die genannten Geschäftsbücher- und -unterlagen für einen Zeitraum von mindestens 2 (zwei) Jahren nach Beendigung des Auftrags aufbewahren und zu vorgenannten Prüfzwecken zur Verfügung stellen.
- 14.6.** Der Vertragspartner hat die gesetzliche Umsatzsteuer für die Leistungen der STV zu tragen, die

in den von STV auszustellenden Rechnungen gesondert ausgewiesen wird. STV ist berechtigt, Rechnungen zu berichtigen, wenn sie einen zu niedrigen Steuerbetrag ausweisen. Der Anspruch von STV auf die Berichtigung von Rechnungen und Zahlung von Umsatzsteuer verjährt nicht vor Ablauf von 6 (sechs) Monaten nach Eintritt der formellen und materiellen Bestandskraft des Umsatzsteuerbescheides für den Besteuerungszeitraum, in dem die letzte Leistung vom STV im Zusammenhang mit einem Auftrag erbracht wurde.

#### 14.7. Programmatic Advertising

**14.7.1.** Definition: Programmatic Advertising bezeichnet den automatisierten und individualisierten Ein- und Verkauf sowie das Aussteuern von digitalen Werbeflächen in Echtzeit unter Einsatz einer Supply Side Platform („SSP“) auf Verkäuferseite und einer Demand Side Platform („DSP“) auf Käuferseite. STV und dem Vertragspartner (sei es entweder Direktkunde oder Agentur) ist bekannt, dass schuldrechtliche Leistungsbeziehungen bei programmatischen Werbebuchungen ausschließlich zwischen STV und der SSP, der SSP und der DSP bzw. der DSP und dem buchenden Vertragspartner bestehen und Rechnungen nur entsprechend der vorstehenden Leistungsbeziehungen ausgestellt werden.

**14.7.2.** Soweit Werbebuchungen im Wege des Programmatic Advertising erfolgen, gilt folgendes:

**14.7.2.1.** Etwaige, zwischen STV und dem Vertragspartner vereinbarten Preisnachlässe, Rabatte, AE und/oder Skonto finden für Programmatic Advertising keine Anwendung.

**14.7.2.2.** Werbebuchungen im Wege des Programmatic Advertising sind volumenbildend und werden bei der Berechnung von etwaigen Rabatt-Schwellenwerten in Agenturverträgen berücksichtigt. In diesem Fall ist der Vertragspartner verpflichtet an STV eine Aufstellung über alle eingesetzten SSP und DSP zu übersenden. Beide Seiten gleichen in einer Aufstellung ab, mit welchen Technologien (d.h. der Vertragspartner benennt die eingesetzten DSP und STV benennt die eingesetzten SSP und DSP) die programmatischen Umsätze abgerechnet worden sind und ob die Umsätze im Inland (nach deutschem Umsatzsteuergesetz) steuerbar und steuerpflichtig (zzgl. der gesetzlichen MwSt. abzurechnen) sind oder ob es zu keiner Umsatzsteuerminderung kommt (ohne die gesetzliche MwSt. abzurechnen).

### 15. Geheimhaltung / Transparenz

**15.1.** Vorbehaltlich der Regelungen in Ziffer 15.3. bis Ziffer 15.7. verpflichten sich die Parteien, alle Informationen und Daten, die sie vom jeweils anderen Vertragspartner im Zusammenhang mit der Durchführung des Auftrages erhalten („**vertrauliche Informationen**“), vertraulich zu behandeln und Dritten nicht zugänglich zu machen. Dies gilt insbesondere für Preislisten /Preisinformationen und Verträge. Diese Verpflichtung gilt auch nach Beendigung des Auftrages.

**15.2.** Dritte im Sinne dieser Ziffer der AGB sind alle nicht mit STV konzernrechtlich verbundenen Unternehmen.

**15.3.** Sofern der Vertragspartner eine Agentur ist, sichert diese zu, die von ihr betreuten Kunden darüber in Kenntnis zu setzen, dass neben der Kampagnenvermittlung Beziehungen zwischen ihnen und STV bestehen und dass im Rahmen dieser vertraglichen Beziehungen von STV Rabatte, Preisnachlässe, Freispots und Skonti an sie gewährt werden („**Informationspflicht**“). Dies gilt nicht, wenn und insoweit zwischen der Agentur und dem von ihr betreuten werbungstreibenden Kunden abweichende schriftliche Vereinbarungen getroffen sind. Soweit die Agentur vertraglich oder gesetzlich dazu verpflichtet ist, wird die ihr auf Grundlage der vertraglichen Beziehungen gewährten Rabatte, Preisnachlässe, AE, Freispots und Skonti den von ihr betreuten werbungstreibenden Kunden offenlegen („**Offenlegungspflicht**“) und gegebenenfalls an diese weiterreichen („**Weiterreichungspflicht**“).

**15.4.** Die Agentur trägt durch geeignete Vertraulichkeitsvereinbarungen dafür Sorge, dass die von ihr betreuten Kunden ihrerseits die im Zuge der Durchführung des Auftrags erhaltenen Informationen nicht an Dritte weitergeben.

**15.5.** Eine Offenlegung durch die Agentur gegenüber einem von den Kunden der Agentur

eingeschalteten Auditor zu Zwecken des Media-Audits sowie zu Benchmarking-Zwecken ist zulässig, soweit dieser sich schriftlich zur Geheimhaltung, zur Gewährleistung von Datenschutz und Datensicherheit sowie zur Einhaltung der kartellrechtlichen Bestimmungen verpflichtet.

- 15.6.** Die Parteien sind sich einig, dass die Weitergabe vertraulicher Informationen an einen von einem Kunden der Agentur beauftragten und zur Vertraulichkeit vertraglich verpflichteten Auditor die Pflicht zur Vertraulichkeit nicht verletzt. Auch im Zuge eines Audits oder eines Benchmarkings darf weder die Agentur noch der Auditor jedoch Informationen offenlegen, die dem Empfänger Rückschlüsse auf die Konditionen einzelner Kunden der Agentur erlauben würden, mit Ausnahme der Informationen über Konditionen des auftraggebenden Werbekunden selbst. Wettbewerbern von STV gegenüber dürfen die Informationen in keinem Fall offengelegt oder sonst zugänglich gemacht werden.
- 15.7.** Die Parteien sind nicht zum Stillschweigen verpflichtet, soweit sie aufgrund behördlicher oder gerichtlicher Anordnungen zur Offenlegung vertraulicher Informationen verpflichtet sind oder sie in einem Rechtsstreit oder behördlichen Verfahren Partei sind und ihnen die Offenlegung vertraulicher Informationen nach eigenem Ermessen erforderlich erscheint. Falls an einem solchen Verfahren nicht alle Parteien dieses Vertrages beteiligt sind, hat die beteiligte Partei, soweit rechtlich zulässig, die anderen Parteien vor der Offenlegung vertraulicher Informationen zu konsultieren und bei Offenlegung vertraulicher Informationen die Interessen der nicht beteiligten Parteien angemessen zu berücksichtigen.

## **16. Datenschutz**

- 16.1.** Sollte der Vertragspartner durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln gewinnen oder sammeln, sichert der Vertragspartner zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des TMG sowie der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen, insbesondere der europäischen Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) einhalten wird.
- 16.2.** Setzt der Vertragspartner für die Schaltung von Werbemitteln auf den von STV verwendeten Inventaren Systeme bzw. Technologien/Tracker von sich selbst oder eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält. Der Vertragspartner verpflichtet sich, STV über die eingesetzten Drittanbieter, sowie weitere Datenempfänger, unter Nennung von Namen, Anschrift und einer Kontaktperson zu informieren. Auf Anforderung von STV wird der Vertragspartner alle weiteren zur Prüfung des Drittanbieters erforderlichen Informationen bereitstellen.
- 16.3.** Der Vertragspartner sichert zu, ausschließlich Systeme bzw. Technologien/Tracker, einzusetzen, die sich auf der Global Vendor List („GVL“) des Interactive Advertising Bureau („IAB“) im Rahmen des Transparency & Consent Framework („TCF“) in seiner jeweils geltenden Fassung befinden. Der Vertragspartner wird von ihm eingesetzte Drittanbieter in gleicher Weise verpflichten.
- 16.4.** Eine Datenerhebung- und -verarbeitung, wie unter Ziffer 16.2 beschrieben, ist entsprechend Ziffer 16.3 nur möglich und zulässig, wenn sich aus dem durch die im Rahmen der Werbeauslieferung übermittelten Consent-String des IAB TCF eine Rechtsgrundlage für die Erhebung und Verarbeitung durch den entsprechenden Vendor ergibt.
- 16.5.** STV ist jederzeit berechtigt, die Werbemittel, Tags und andere technische Elemente des Vertragspartners auf Übereinstimmung mit dieser Ziffer 16 der AGB hin zu überprüfen. Der Vertragspartner ist auf Anfrage verpflichtet, STV sämtliche hierfür notwendigen technischen Informationen, Daten und Dokumente bereitzustellen.

## **17. Schlussbestimmungen**

- 17.1.** Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Bestimmungen des UN-Kaufrechts finden keine Anwendung. Als ausschließlicher Gerichtsstand für jedwede Streitigkeit aus diesem Vertragsverhältnis wird München vereinbart; STV ist jedoch berechtigt, auch an jedem anderen gesetzlichen Gerichtsstand zu verklagen.
- 17.2.** Sollten einzelne oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird



hiervon die Wirksamkeit aller sonstigen Bestimmungen oder Vereinbarungen im Zweifel nicht berührt. Die Parteien werden die unwirksame Regelung durch diejenige ersetzen, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Regelung möglichst nahekommt. Dasselbe gilt für den Fall von Vertragslücken.

- 17.3.** Änderungen, Kündigungen und Ergänzungen zum Auftrag bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform entweder (i) als Originalkopie oder (ii) als Scankopie per E-Mail oder per Fax oder (iii) als elektronisches Dokument mit elektronischer Signatur. Gleiches gilt für die Änderung dieser Schriftformklausel.

**Stand: 11/2020**

(1) Kommunikation über den Werbeträger Internet (klassische Kampagnen).

(2) Messverfahren für Werbung führende Objekte, z.B. Werbevideo. Die AdImpressionen misst den Sichtkontakt einer Online-Anzeige, die auf einer Web-Seite gebucht wurde. Gibt den realen Werbemittelkontakt an. Maßgröße zur Werbebuchung, die die Anzahl der über einen AdServer ausgelieferten Werbevideos wiedergibt.

(3) Advertise-Click. Anzahl der Clicks, die über einen Link zum Angebot eines Werbungtreibenden führen. AdClicks dienen als Indikator für die tatsächlich realisierten Werbemittelkontakte.

(4) Um die Werbeschaltungen im Internet zu optimieren, bietet sich der Einsatz von AdServer-Technologie an. Mit Hilfe eines AdServers lässt sich die gesamte Werbeverwaltung, von der Buchung über die Schaltung bis hin zur Resonanzauswertung steuern. Dabei können unterschiedliche Regeln definiert werden, nach denen der AdServer Motive platziert. Der AdServer sorgt also dafür, dass die richtige Werbung zum richtigen Zeitpunkt auf den gebuchten Werbeplätzen ausgeliefert wird.