

## 1. Vertragsgegenstand, Vertragsparteien, Vertragsschluss

(1) Gegenstand der Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Verträge zwischen der Agentur/dem Verlag und dem jeweiligen werbeschaltenden Kunden (nachfolgend: Auftraggeber) über die Schaltung von elektronischer Werbung (nachfolgend Werbeauftrag) auf Pii-Screens über das Buchungsportal [www.pii-screen.de](http://www.pii-screen.de) (nachfolgend auch: Vermarktungsplattform).

(2) Für die Geschäftsbeziehung zwischen der Agentur / dem Verlag und dem Auftraggeber gelten ausschließlich der Agenturvertrag sowie die nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden, soweit bei der Auftragsbuchung nichts anderes ausdrücklich vereinbart worden ist.

(3) Die Werbebuchung auf [www.pii-screen.de](http://www.pii-screen.de) erfolgt gemeinsam mit einem Mitarbeiter der Agentur/des Verlages.

(4) Vor dem Abschicken der Bestellung muss der Auftraggeber dem Mitarbeiter seine Personalien/Kontaktdaten zur Eingabe auf [www.pii-screen.de](http://www.pii-screen.de) angeben. Der Auftrag kann nur abgegeben und übermittelt werden, wenn der Auftraggeber bzw. der Mitarbeiter im Auftrag des Auftraggebers, durch Klicken auf den Button „AGB akzeptieren“, diese Vertragsbedingungen akzeptiert und dadurch in seinen Auftrag aufgenommen hat. Der Mitarbeiter des Verlages oder die Agentur sorgt für die Übermittlung der AGB an den Endkunden. Die Übermittlung kann mit dem Angebot oder direkt aus Pii-Screen.de erfolgen.

(5) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen, kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des gebuchten Werbeauftrags durch die Agentur/den Verlag zustande.

(6) Auch bei ausnahmsweise mündlichen oder fernmündlichen Auftragsbestätigungen liegen diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(7) Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden in ihrer jeweils gültigen Fassung auch für zukünftige Geschäftsbeziehungen mit dem Auftraggeber Anwendung, ohne dass es ihrer erneuten Einbeziehung bedarf.

(8) Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers finden keine Anwendung und zwar auch dann nicht, wenn die Agentur/ der Verlag diesen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widerspricht.

(9) Die Agentur/Der Verlag bedient sich zur Ausführung dieses Vertrages Dritten.

(10) Soweit akkreditierte Agenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Agentur/Der Verlag sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(11) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z. B. Bild/er, Video/s) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

(12) Dem Auftraggeber ist bekannt, dass ihm rechtsgeschäftliche Erklärungen (z. B. Auftragsbestätigungen, Hinweise auf Änderungen der AGB etc.) per E-Mail zugehen können. Diese gelten als zugegangen, wenn sie unter normalen Umständen im E-Mail Postfach des Auftraggebers abrufbar sind, welches der Auftraggeber bei der Buchung gegenüber dem Werbeverkäufer angegeben hat.

## 2. Werbeauftrag

(1) „Werdeauftrag“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung von Werbemotiven, Werbespots und sonstigem Content- Programm, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, sowie die in der Buchungsbestätigung jeweils angezeigten Preise der Agentur/des Verlages, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden.

## 3. Werbemittel, Ausspielungskriterien, Kennzeichnung des Produkts/Branchenbezug

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann z. B. aus einem (oder mehreren) Bild/ern und/oder Text/en, Bewegtbild/ern bestehen.

(2) Werbemittel, die als solche nicht klar erkennbar sind, sind als solche zu kennzeichnen.

(3) Die Vermarktungsplattform ermöglicht die gezielte Ausspielung von Werbemitteln auf Pii-Screens. Eine Buchung ist nach verschiedenen Kriterien (wie z. B. Branche, Postleitzahl, Tag und Uhrzeit) möglich.

(4) Aufträge des Auftraggebers haben eine branchenbezogene Bezeichnung des zu bewerbenden Produktes und des Werbungtreibenden zu enthalten. Die Angaben des Auftraggebers zum Produkt selbst sowie den Branchen, denen das Produkt zugerechnet wird, sind wahrheitsgemäß nach bestem Wissen und Gewissen zu machen.

(5) Dem Auftraggeber wird ein Ausschluss der unmittelbaren Konkurrenz auferlegt (branchenbezogen, z. B. keine Werbung beim Bäcker von einem anderen Bäcker). Werbung für komplementäre Werbung (z. B. Zahnpasta beim Zahnarzt) ist jedoch grundsätzlich erlaubt.

(6) Jedes Werbemittel des Auftraggebers wird vor Schaltung ausschließlich auf die Angaben nach Abs. (4) durch den Portalbetreiber überprüft. Es gilt Ziff. 9. Etwaige Vermögensschäden, die der Agentur/dem Verlag durch die Geltendmachung von Schadenersatz durch andere Auftraggeber und Pii-Screen-Kunden aufgrund der falschen Angaben des Auftraggebers entstehen, werden dem Auftraggeber gegenüber gesondert geltend gemacht. Zudem behält sich die Agentur/der Verlag einen (ggf. zeitlich beschränkten) Ausschluss des Auftraggebers von der Vermarktungsplattform vor.

(7) Sofern Werbung nicht offensichtlich und eindeutig nach Ziff. 3 (2) als solche erkennbar ist, darf die Agentur / der Verlag dies in dem jeweiligen Werbemittel kenntlich machen, insbesondere sie mit einer entsprechenden Kennzeichnung versehen und / oder sie vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen. Ziffer 5 (2) gilt entsprechend.

## 4. Kosten

Die dem Auftraggeber im Rahmen der Auftragsbestätigung genannten Preise stellen den für den Auftraggeber maximal fällig werdenden Betrag dar, welcher nur in dieser Höhe anfällt, wenn und soweit das gesamte, vom Auftraggeber gebuchte Kontingent, geschaltet worden ist. Derartige Preisangaben stellen demzufolge unverbindliche Indikatoren dar.

## 5. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben der Agentur/des Verlages entsprechenden Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Es gilt § 9 Abs. (3).

(2) Kosten der Agentur/des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber nach Abschluss einer entsprechenden Vereinbarung zu tragen.

## 6. Verfügbarkeit der Vermarktungsplattform

(1) Die Agentur/der Verlag weist den Auftraggeber darauf hin, dass Einschränkungen oder Beeinträchtigungen der erbrachten Dienste entstehen können, die außerhalb des Einflussbereiches der Agentur/ des Verlages liegen. Hierunter fallen insbesondere Handlungen von Dritten, die nicht im Auftrag der Agentur/des Verlages handeln, von der Agentur/dem Verlag nicht beeinflussbare technische Bedingungen des Internets sowie höhere Gewalt. Auch die vom Auftraggeber genutzte Hard- und Software sowie die technische Infrastruktur kann Einfluss auf die Leistungen der Agentur/des Verlages haben. Soweit derartige Umstände Einfluss auf die Verfügbarkeit oder Funktionalität der seitens der Agentur/ des Verlages erbrachten Leistung haben, hat dies keine Auswirkung auf die Vertragsgemäßheit der erbrachten Leistungen.

(2) Der Auftraggeber ist verpflichtet, Funktionsausfälle, -störungen oder -beeinträchtigungen unverzüglich und so präzise wie möglich beschreibend bei der Agentur/ dem Verlag per E-Mail an: [info@pii-screen.de](mailto:info@pii-screen.de) anzuzeigen.

## 7. Ablehnungsbefugnis

Die Agentur/der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge sowie einzelne Buchungen im Rahmen eines Auftrages abzulehnen bzw. zu sperren, wenn:

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Werbeverkäufer wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

## 8. Rechtegewährleistung und -übertragung, Freistellung von Ansprüchen

(1) Die Agentur/Der Verlag hat das Recht, auch mit Wettbewerbern des Auftraggebers Verträge über die Schaltung von Werbung abzuschließen.

(2) Der Auftraggeber ist vollumfänglich verantwortlich für die verwendeten Werbemittel. Er gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte, insbesondere an den Inhalten (Texte, Bilder, Tonfolgen etc.) besitzt. Der Auftraggeber stellt den Werbeverkäufer im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Werbeverkäufer von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Werbeverkäufer nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten vollumfänglich zu unterstützen.

(3) Der Auftraggeber überträgt der Agentur/dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung auf den Mediaboxen erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Der Auftraggeber gestattet darüber hinaus dem Betreiber der Vermarktplattform, die über die Plattform hochgeladenen Inhalte zu Referenzzwecken (Pressemeldung, Referenzliste, Case-Study) zu nutzen. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren.

## 9. Verpflichtungen des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, gegenüber der Agentur/dem Verlag richtige und vollständige Angaben für die Auftragserfassung und -abwicklung zu machen und wesentliche Änderungen der Agentur/dem Verlag unverzüglich mitzuteilen.

(2) Der Auftraggeber ist verpflichtet, dafür zu sorgen, dass Zweck, Inhalt und Aufmachung der Werbemittel in keiner Weise die Rechte Dritter verletzen und allen anwendbaren gesetzlichen Bestimmungen genügen. Eine Prüfpflicht bzgl. etwaiger Verstöße obliegt der Agentur/ dem Verlag nicht.

(3) Der Auftraggeber wird sämtliche für die Schaltung der Werbemittel notwendigen Daten und Informationen rechtzeitig und vollständig, spätestens jedoch zwei Werkstage vor dem vereinbarten Termin für die Schaltung in dem benötigten Format (.jpg/.mp4) selbstständig zur Verfügung stellen.

(4) Die Agentur/der Verlag wird den Auftraggeber über erkennbar ungeeignete oder beschädigte Reproduktionsunterlagen unverzüglich informieren.

(5) Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass die Werbemittel frei von schädlichem Code (insbesondere Computerviren, Trojanern, etc.) oder sonstigen Schadensquellen der Agentur/dem Verlag zur Verfügung gestellt werden. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck geeignete Schutzprogramme einzusetzen, die dem neuesten Stand der Technik entsprechen. Der Auftraggeber wird die Agentur/ den Verlag von allen Schäden freistellen, die dem Werbeverkäufer durch solche Schadensquellen entstehen.

(6) Bei nicht vertragsgemäßer, insbesondere verspäteter Zurverfügungstellung der in Ziffer 9 Abs. (3) genannten Daten und Informationen oder bei mangelnder Schaffung der erforderlichen technischen Voraussetzungen nach Ziffer 9 Abs. (5) beginnt die Verpflichtung der Agentur/des Verlages zur Einstellung der Werbemittel erst zwei Werkstage nach ordnungsgemäßer Zurverfügungstellung der Daten und Informationen oder Schaffung sowie Wiederherstellung der technischen Voraussetzungen. Die Agentur/ der Verlag hat in diesem Fall das Recht, aber nicht die Pflicht,

nach Absprache mit dem Auftraggeber die Auslieferung über den ursprünglichen Endtermin bis maximal zur ursprünglich vereinbarten Dauer der Auslieferung aufrecht zu erhalten. Dies wird dem Auftraggeber neben der ursprünglich gebuchten Werbezeit entsprechend in Rechnung gestellt.

(7) In Fällen des Abs. (6) sind jegliche Ersatzansprüche des Auftraggebers gegenüber der Agentur/dem Verlag ausgeschlossen.

(8) Die Agentur/Der Verlag behält sich das Recht vor, bei Verstößen gegen die vorstehenden Verpflichtungen, die Schaltung der Werbemittel des Auftraggebers zurückzuweisen. Im Falle eines verschuldeten Verstoßes gegen die obige Verpflichtung, behält sich die Agentur/ der Verlag die Geltendmachung der durch den Verstoß verursachten Kosten vor.

## 10. Gewährleistung der Agentur/des Verlages

Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird:

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Hardware (z. B. Bildschirmauflösung, Helligkeit, etc.),
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber, – durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagen,
- durch unvollständige und / oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern)

(1) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels nach Abs. (1), die der Auftraggeber nicht zu verschulden hat, hat der Auftraggeber Anspruch auf Nacherfüllung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels tatsächlich beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Minderung oder Rücktritt vom Auftrag. Der Auftraggeber hat die Agentur/den Verlag auf die ungenügende Wiedergabequalität unverzüglich hinzuweisen.

(2) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, 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.