

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Media-Leistungen

1. Gegenstand und Geltungsbereich

- 1.1 Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) gelten für alle Aufträge zwischen der dm-drogerie markt GmbH + Co. KG, Am dm-Platz 1, 76227 Karlsruhe, („dm“) und Industriepartnern bzw. Agenturen („Kunden“) hinsichtlich der Erteilung und Durchführung von Werbeaufträgen für von dm verantworteten Webseiten, Social Media Plattformen, Apps sowie sonstige Online-Medien.
- 1.2 Entgegenstehende oder von diesen AGB abweichende Bedingungen des Kunden finden keine Anwendung, es sei denn dm hat ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zugestimmt.

2. Begriffsdefinitionen

- 2.1 **„Ad Impression“** meint den einmaligen oder mehrmaligen Aufruf einer Website oder eines sonstigen Online-Mediums durch einen Nutzer, welches das von dem Auftrag des Kunden erfasste Werbemittel enthält. Nicht erforderlich für eine Ad Impression ist, dass der Nutzer das Werbemittel „anklickt“.
- 2.2 **„CPC“** (Cost-per-Click) ist der bei einem Auftrag vereinbarte Geldbetrag, der von dem Kunden für den „Klick“ eines Nutzers auf einer von dem Auftrag erfassten Werbemittel zu zahlen ist.
- 2.3 **„CR“** meint die Clickrate: d.h. wie viele der Nutzer, die die Ad gesehen haben, diese geklickt haben.
- 2.4 **„Unique Users“** ist die tatsächliche Anzahl an einzelnen User im Gegensatz zu den Ad Impressions, bei denen User auch mehrmalig gezählt werden,
- 2.5 **„Auftrag“** meint einen Vertrag zwischen dem Kunden und dm über die Durchführung von Werbekampagnen und die Erbringung von sonstigen Medialeistungen auf bestimmten Online-Medien. Diesem liegt in der Regel ein Mediaplan unter Einbeziehung dieser AGB zugrunde.
- 2.6 **„Medialeistungen“** meint die unter einem Auftrag von dm zu erbringenden Leistungen, also insbesondere die Auslieferung von Werbemitteln auf Online-Medien.
- 2.7 **„Online-Medien“** meint sämtliche Webseiten, Plattformen, Apps und sonstige Online-Medien, die gemäß der zwischen den Parteien getroffenen Vereinbarung zum Gegenstand eines Auftrages gemacht werden.
- 2.8 **„TKP“** (Tausenderkontaktpreis) ist der unter einem Auftrag vereinbarte Geldbetrag, der von dem Kunden für eine Medialeistung zu zahlen ist, die 1.000 Nutzer per Ad Impression erreicht.
- 2.9 **„View Time“** bedeutet die Sehzeit: Die Zeit die der Nutzer auf einem Werbemittel verbracht hat.

- 2.10 **„Interaktionen“** beschreibt das Interagieren eines Nutzers mit Werbemitteln durch Like, Click, Kommentar, etc.
- 2.11 **„Sponsored Product Ads“** sind Anzeigen, die auf Keyword-, Kategorie- und/oder User-Basis ausgespielt und mit denen einzelne Produkte (GTINs) beworben werden können. Der Kunde erhält nach vorheriger Zahlung eines von ihm frei wählbaren Gesamtbudgetbetrages an dm eine gleichhohe Gutschrift in seinem digitalen Wallet. Mittels Self- (d.h. persönlich mittels Dashboard) oder Managed-Service (gesteuert durch dm) kann mittels Real Time Biding auf entsprechende Platzierungen von Bewerbungen geboten werden. Es wird nach dem Abrechnungsmodell CPC abgerechnet, wobei die Preise pro Click variieren können (ab 40 Cent). Der Kunde bestimmt den maximalen Clickpreis, bis zu dem geboten werden soll, sowie das Höchstbudget. Im Dashboard (Self-Service) oder nach Rücksprache mit dm (Managed Service) erhält der Kunde eine Übersicht, für welches der von ihm ausgewählten Produkte welches Budget ausgespielt wurde.
- 2.12 Der „Self-Service“ bei Sponsored Product Ads erfolgt über den Anbieter Citrus International Limited, England; dessen Bedingungen (derzeit: <https://citrusad.com/advertiser-agreement-de/>) müssen vor Nutzung von dem Kunden akzeptiert und entsprechend eingehalten werden.
- 2.12 **„Werbemittel“** meint die im Auftrag vereinbarten Werbemittel, wie z.B. Banner, die von dm in den vereinbarten Online-Medien auszuliefern sind.

3. Vertragsabschluss

- 3.1 Grundlage für den Vertragsabschluss bildet das jeweilige Auftragsangebot von dm, in welchem Geltungsbereich und Umfang des Auftrags in einer Leistungsbeschreibung definiert wird.
- 3.2 Alle Vereinbarungen, die zwischen dm und dem Kunden zwecks Ausführung eines Auftrages getroffen werden, sind in Schriftform zu vereinbaren; ein unterschriebener und per E-Mail übermittelter Scan des Mediaplan oder eine einfache elektronische Signatur ist hierzu ausreichend. Änderungen, Ergänzungen und Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit dergleichen Form. Durch Änderungen und/oder Ergänzung entstehende Mehrkosten sind vom Kunden gesondert zu vergüten.
- 3.3 Gegenstand eines jeden Vertrages ist das Erbringen der vereinbarten Leistung durch dm, nicht hingegen ein bestimmter, durch den Kunden erhoffter Erfolg. dm ist berechtigt, zur Durchführung des Vertrages Dritter (insbesondere Subunternehmer und/oder freier Mitarbeiter) zu bedienen.
- 3.4 Vertragsparteien sind dm und der Kunde. Wenn der Kunde eine Agentur ist, handelt die Agentur im eigenen Namen und für eigene Rechnung, also nicht in Vertretung ihrer Kunden (Industriepartner von dm). Jedoch ist die Agentur verpflichtet, den Namen des Werbekunden, für den die Agentur Medialeistungen bei dm buchen will, vorab namentlich offenzulegen und auf entsprechende Nachfrage von dm unverzüglich einen entsprechenden Nachweis der Beauftragung zu erbringen.

Zudem versichert die Agentur, dass sie die Erlaubnis ihres Kunden zu der entsprechenden Nutzung der Werbemittel ihres Kunden eingeholt hat. Die Agentur stellt dm insofern von der Inanspruchnahme durch ihren Kunden nach den Regelungen von Ziffer 6.3 frei. Während eines bereits beauftragten Auftrages ist die Agentur nicht

berechtigt, den Werbekunden, für den die Kampagne gebucht wurde, zu wechseln bzw. durch Werbung für einen anderen Werbekunden, der nicht im Rahmen der Vereinbarung namentlich benannt war, auszutauschen.

- 3.5 Der Kunden ist nicht berechtigt, Dritten die Nutzung der Medialeistung von dm für eigene oder fremde Zwecke zu ermöglichen.

4. Durchführung von Aufträgen

- 4.1 dm verpflichtet sich zur Erbringung der nach dem Auftrag vereinbarten Medialeistungen. dm wird alle geschäftlich zumutbaren Anstrengungen unternehmen, die Werbeleistung an den im Auftrag genannten Stellen rechtzeitig und wie beauftragt bereitzustellen.

Sollten die in den Mediaplänen genannten Annahmen/Schätzungen der Zielwerte oder Reichweiten im Ergebnis um mehr als 20% zum Nachteil des Kunden abweichen, so werden sich dm und der Kunde über Möglichkeiten weiterer Werbeleistungen absprechen. Diese kann dm vornehmen, wenn diese angemessen und für dm zumutbar sind.

dm ist berechtigt, in Einvernehmen mit dem Kunden auch Änderungen einer laufenden Kampagne vorzunehmen. Dies kann auch die Aufschaltung/Abschaltung von (nicht) gebuchten Formaten und/oder Flächen beinhalten. dm will hierdurch die für beide Parteien bestmögliche Performance erreichen und überprüft daher die Performance auch während der Kampagne mitunter. Der Kunde wird sich sinnvoller Änderungen nicht verwehren. Gerade auch bei einem bspw. technischen oder durch andere Gründe für dm unvorhersehbaren Ausfall (bspw. der Webseite oder App) werden die Parteien im Einvernehmen zusammenarbeiten, um eine für beide Seiten angemessene Lösung zu finden. Dies kann eine Verschiebung der Kampagne sein oder eine Ersatzleistung.

- 4.2 Die Erbringung der Medialeistungen erfolgt innerhalb des in dem jeweiligen Auftrag vereinbarten Zeitraums und/oder bis zur Erreichung des im jeweiligen Auftrag festgelegten Volumens.
- 4.3 Eine bestimmte Anzahl von Ad Impressions oder Clicks und/oder ein sonstiger Leistungserfolg ist nur dann geschuldet, wenn dieser konkret im jeweiligen Auftrag als vertragsgegenständliche Leistung vereinbart wurde. Dies gilt auch für die Auslieferung der Werbemittel auf einem bestimmten Online-Medium. Ansonsten hat der Kunden keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbemittel in einem bestimmten Online-Medium, an einer bestimmten Position des jeweiligen Online-Mediums und/oder auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf das jeweilige Werbemittel. Insbesondere hat der Kunden keinen Anspruch auf eine Auslieferung im unmittelbar sichtbaren Bereich eines Online-Mediums.
- 4.4 Soweit die Auslieferung der Werbemittel in einem bestimmten Umfeld vereinbart worden ist, ist dm zur Umplatzierung nur dann berechtigt, wenn durch die Umplatzierung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung des Werbemittels ausgeübt wird.
- 4.5 Die Auslieferung der Werbemittel zu einem festen Termin ist nur dann geschuldet, wenn dies in dem jeweiligen Auftrag ausdrücklich vereinbart worden ist. dm behält sich ansonsten hinsichtlich des in dem jeweiligen Auftrag vorgesehenen

Auslieferungstermins ein Schieberecht von plus/minus drei Tagen vor. Zudem ist dm berechtigt, einen vereinbarten Auslieferungstermin zu verschieben bzw. ausfallen zu lassen, soweit ein Online-Medium, bei dem das entsprechende Werbemittel geschaltet werden soll, zu dem vereinbarten Auslieferungstermin nicht verfügbar ist oder wenn aufgrund von technischen Umständen, die außerhalb des Verantwortungsbereichs von dm liegen, eine Auslieferung zu diesem Termin nicht möglich ist.

4.6 Für Werbebanner gelten folgende besonderen Bedingungen:

- Die Auslieferung des Werbebanners erfolgt gesteuert durch den Adserver gemäß Auftrag. Schwankungen im Nutzungsverhalten können zu vorzeitiger oder verzögerter Auslieferung führen, die in einem angemessenen Rahmen vom Kunden nicht zu beanstanden sind.
- Soweit die Parteien nicht schriftlich (unterschiedener, per E-Mail übersandter Scan oder einfache elektronische Signatur ist auch ausreichend) ausdrücklich eine abweichende Vereinbarung treffen, ist dm in der Platzierung der Werbebanner frei. Bei bestehenden Platzierungsabreden verbleibt dm das Recht, in zumutbarem Umfang Umplatzierungen vorzunehmen, soweit die Werbewirkung hierdurch nicht mehr als nur unerheblich beeinträchtigt wird.
- dm ist berechtigt, die vom Kunden erhaltenen Werbebanner nach Ablauf der letzten vereinbarten Werbeschaltung zu speichern und aufzubewahren. Einmal geschaltete Motive können später zu Dokumentationszwecken oder als Muster wiedergegeben werden.

5. Werbemittel

- 5.1 Der Kunden ist verpflichtet, dm die auszuliefernden Werbemittel und nötigen Daten, wie z.B. Zielseiten-URLs oder AdTags, im vorgegebenen Format (Erreichbar über den Link im Mediaplan) rechtzeitig zur Verfügung zu stellen, soweit dies in dem jeweiligen Auftrag nicht ausdrücklich anders vereinbart worden ist. Die Bereitstellung hat mindestens 21 Tage vor der Schaltung des Werbemittels zu erfolgen (sofern nicht ein längerer Zeitraum im Mediaplan genannt ist).
- 5.2 Die Bereitstellung der Werbemittel hat zu den vereinbarten Terminen, im Einklang mit den von dm vorgegebenen technischen Spezifikationen zu erfolgen. Die technischen Spezifikationen in ihrer jeweils aktuellen Fassung werden dem Kunden im Mediaplan zur Verfügung gestellt.
- 5.3 Ist der Kunden aus von ihm zu vertretenden Gründen nicht in der Lage, die Werbemittel gemäß Spezifikationen rechtzeitig zum vereinbarten Anlieferungstermin zu liefern, so behält dm sein Recht auf vollständige Zahlung der Vergütung für diesen Auftrag. dm wird angemessene und zumutbare Anstrengungen unternehmen, das gebuchte Volumen (Anzahl Ad Impressions) auch im verkürzten Zeitraum zu leisten, kann dies jedoch je nach Verfügbarkeit nicht garantieren.
- 5.4 Wird durch Verschulden dm weniger als das vereinbarte Volumen geliefert, mindert sich der Rechnungsbetrag um den Anteil der Unterlieferung. Etwaiger Schaden durch Unterlieferung wird von dm nicht ersetzt. Dazu zählt nicht, wenn die Unterlieferung aufgrund einer Schätzung erfolgt ist. In diesem Fall werden sich die Parteien abstimmen (Ziffer 4.1).

- 5.5 Eine Überprüfung der von dem Kunden bereit gestellten Werbemittel durch dm findet nicht statt.
- 5.6 Falls die Werbemittel nicht den geltenden technischen Spezifikationen entsprechen oder gegen einer der vorstehenden Zusicherungen verstoßen, ist dm berechtigt, diese zurückzuweisen bzw. eine bereits laufende Kampagne zu stoppen.
- 5.7 dm ist berechtigt, die Werbemittel als Werbung zu kennzeichnen, z.B. mit dem Zusatz „Anzeige“, „gesponsert“ oder ähnlichen Zusätzen, sowie diese von etwaigen ergänzenden redaktionellen Inhalten räumlich abzusetzen, sofern die vom Kunden zur Verfügung gestellten Werbemittel nicht hinreichend deutlich als Werbung erkennbar sind und/oder dies aufgrund des Werbemediums als erforderlich erscheint.
- 5.8 Falls es für die Auslieferung der Werbemittel erforderlich ist, ist dm ist berechtigt, die Werbemittel hinsichtlich der Größe, des Formats bzw. der technischen Spezifikationen zu bearbeiten. Falls eine inhaltliche Bearbeitung der Werbemittel erforderlich ist, wird dm vor einer entsprechenden Bearbeitung die Einwilligung des Kunden einholen.
- 5.9 Der Kunde ist verpflichtet, während der Laufzeit der jeweiligen Kampagne die Webseiten, auf die die jeweiligen Werbemittel verlinken, abrufbar zu halten bzw. dafür Sorge zu tragen, dass diese abrufbar bleiben.
- 5.10 Es besteht keine Verpflichtung für dm, für den Kunden Werbemittel zu erstellen. Dies kann nur nach erfolgter (weiterer) Beauftragung erfolgen und richtet sich nach den dann getroffenen Vereinbarungen der Parteien. Auch wenn die Werbemittel von dm erstellt werden, trägt der Kunden die ausschließliche rechtliche Verantwortlichkeit für deren Inhalte und deren Rechtmäßigkeit nach Maßgabe der vorstehenden Regelungen.
- 5.11 Werbemittel des Kunden dürfen neben anderen Produkten auf der jeweiligen Webseite abgebildet sein.
- 5.12 Der Kunden darf aus der Vertragsleistung erlangte oder erlangbare Informationen (Verlinkungsdaten) nur zur Prüfung der Leistungserbringung durch dm und ohne die vorherige schriftliche (unterschriebener, per E-Mail übersandter Scan oder einfache elektronische Signatur ist auch ausreichend) Einverständniserklärung von dm nicht für andere Zwecke nutzen. Dies betrifft insbesondere Informationen darüber, dass ein bestimmter Endnutzer oder eine Gruppe von Endnutzern mittels der vertraglichen Leistung von einer Webseite, auf der die Werbemittel des Kunden ausgespielt wird, auf die Ziel-Webseite gelangt ist. Ungeachtet des Vorstehenden ist es dem Kunden nicht gestattet, Verlinkungsdaten ohne die vorherige schriftliche (unterschriebener, per E-Mail übersandter Scan oder einfache elektronische Signatur ist auch ausreichend) Einverständniserklärung von dm so an Dritte weiterzugeben, dass dadurch Endnutzer in Bezug mit der Nutzung der Webseiten, auf der die Werbemittel ausgespielt wurden, identifiziert werden können. Weiterhin ist es dem Kunden nicht gestattet, Verlinkungsdaten zur datenbankmäßigen Erfassung von Endnutzern als Nutzer der Webseite, auf der die Werbemittel ausgespielt wurden, zu verwenden oder eine Adressierung dieser Endnutzer als entsprechende Zielgruppe zu ermöglichen bzw. eine solche Nutzung durch einen Dritten zu ermöglichen. Dem Kunden bleibt auch durch diesen Ausschluss unbenommen, ohne Herstellung des vorgenannten Bezugs zu seinen eigenen Kunden und dessen verbundenen Gesellschaften bleibt ebenfalls unbenommen, durch die Leistungserbringung erlangte Daten über Endnutzer in aggregierter, nicht personenbezogener statistischer Form für andere Zwecke zu

verwenden, sofern eine individuelle oder gruppenmäßige Identifizierung als Endnutzer der Webseite, auf der die Werbemittel ausgespielt wurden, ausgeschlossen ist.

6. Nutzungsrechte, Freistellung

- 6.1 Der Kunden überträgt dm ein nicht-ausschließliches, nach Abrufmengen unbeschränktes, weltweites, auf die Laufzeit des Vertrages zeitlich beschränktes sowie inhaltlich auf den Vertragszweck begrenztes Nutzungsrecht an den Inhalten der zur Verfügung gestellten Werbemittel. Die Rechteeinräumung umfasst die erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf sowie zur Bearbeitung des Werbemittels, soweit dies zur Durchführung des Auftrages erforderlich ist.

Sofern es sich beim Vertragsgegenstand um Werbebanner handelt, erfasst das Nutzungsrecht auch die Inhalte des Banners und den darin enthaltenen Kennzeichen und Elemente der Produktgestaltung. Zudem räumt der Kunden dm das Recht ein, die zur Verfügung gestellten Werbemittel zum Zweck der Eigenwerbung sowie für interne Zwecke von dm (z.B. Use Cases, usw.) zeitlich unbeschränkt weltweit zu nutzen. Die vorgenannten Rechte sind frei auf Dritte übertragbar.

- 6.2 Der Kunden sichert zu, dass die von ihm bereitgestellten Werbemittel sowie die darüber verlinkten Webseiten
- frei von Rechten Dritter sind und er über alle erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte verfügt, um dm die Nutzung der Werbemittel frei von Rechten Dritter zu ermöglichen;
 - klar und eindeutig den werblichen Charakter erkennen lassen;
 - keine gewalt- oder kriegsverherrlichenden, pornografischen, jugendgefährdenden, rassistischen, volksverhetzenden oder menschenverachtenden Inhalte enthalten;
 - keine Propagandamittel oder Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen enthalten;
 - nicht zu einer Straftat auffordern, zum Rassenhass aufstacheln oder für eine terroristische Vereinigung werben;
 - keine anderweitigen rechtswidrigen Inhalte oder Inhalte enthalten, die allgemein geeignet sind, das Ansehen von dm oder einem mit dm verbundenen Unternehmen zu beeinträchtigen,
 - keine Malware enthalten oder solche übertragen;
 - ohne vorherige schriftliche (unterschiedener, per E-Mail übersandter Scan oder einfache elektronische Signatur ist auch ausreichend) Einverständniserklärung von dm Werbebanner mit Mechanismen oder Funktionalitäten zu versehen, durch die Nutzer der jeweiligen Webseite erfasst oder Daten über diese gesammelt werden (wie etwa durch Cookies, Markern oder vergleichbares);
 - auf der Zielseiten-URL keine Technologien oder Funktionalitäten verwenden, durch die die "Zurück"-Funktion im Webbrowser der Nutzer außer Kraft gesetzt wird.
- 6.3 Im Falle einer Verletzung der vorstehenden Zusicherung stellt der Kunden dm von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die diese gegen dm geltend machen, auf erstes Anfordern frei, und trägt die Kosten und Aufwendungen (einschließlich angemessener Rechtsanwaltskosten), die dm aufgrund derartiger Ansprüche Dritter entstehen. Ist der Kunden aufgrund der vorliegenden oder ähnlicher Werbemittel/Werbeaussagen bereits abgemahnt worden oder hat er bereits eine Unterlassungsklage bezüglich bestimmter

Werbemittel oder Werbeaussagen abgegeben, so ist der Kunden verpflichtet, dm hierüber bereits vor Auftragsannahme zu informieren. Unterlässt der Kunden dies, so ist dm schon aus diesem Grunde nicht haftbar für eine dem Kunden durch eine wiederholte Veröffentlichung des beanstandeten Werbebanners oder dessen Inhalte entstehenden Schaden.

7. Stornierungen

- 7.1 Der Kunden kann einen Auftrag bis einschließlich des 30. Tages vor dem Tag, an dem die im Auftrag vereinbarte Leistung erstmals vereinbarungsgemäß erbracht wird („Auslieferungsbeginn“), kostenfrei stornieren.
- 7.2 Bei einer Stornierung ab 29 Tagen bis einschließlich des dritten Tages vor Auslieferungsbeginn beträgt die Stornogebühr 30% des Nettoauftragswertes. Danach ist eine Stornierung bzw. Kündigung des Auftrages nur gegen Zahlung des vollständigen Nettoauftragswertes möglich.
- 7.3 Im Falle von Bannerwerbung gilt ausschließlich folgende Regelung zur Stornierung eines Auftrags: sofern der Kunde einen Auftrag über eine Werbeschaltung gegenüber dm hinsichtlich noch nicht erbrachter Werbeschaltungen storniert, steht dm ein Anspruch in Höhe von 50% des Netto-Auftragswertes der noch nicht erbrachten Werbeschaltungen zu, sofern die Platzierungsfläche nicht in dem gegenständlichen Zeitraum zu vergleichbaren Preisen weiterverkauft werden kann.
- 7.4 Jede Stornierung bedarf der Schriftform (unterschriebener, per E-Mail übersandter Scan oder einfache elektronische Signatur ist auch ausreichend).

8. Vergütung, Zahlungsbedingungen, Abrechnung

- 8.1 Die von dem Kunden an dm zu zahlende Vergütung ergibt sich aus dem Mediaplan des jeweiligen Auftrages.
- 8.2 Maßgeblich für die Abrechnung sind ausschließlich die von dm erstellten Reports über die vereinbarter Parameter. Die Leistung wird durch standardisiertes Reporting (aus dem Adserver) dokumentiert. Weitere Belege werden nicht Bestandteil des Vertrags.
- 8.3 Sofern die Parteien im jeweiligen Auftrag nichts Abweichendes vereinbart haben, erfolgt die Rechnungsstellung im Start-Monat der Kampagne. Rechnungsbeträge sind mit Rechnungseingang fällig und bis zum Monatsende des Start-Monats ohne Abzug zahlbar.
- 8.4 Die Rechnungsstellung gegenüber dem Kunden erfolgt per Post oder in elektronischer Form.
- 8.5 Die Preise verstehen sich zzgl. Umsatzsteuer in der jeweils gesetzlich geltender Höhe.
- 8.6 Aufrechnungsrechte stehen dem Kunden nur zu, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt, unbestritten oder von dm anerkannt sind.
- 8.7 Die Rechnungen sind vom Auftraggeber innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt auf das von dm angegebene Konto zu bezahlen. Die Rechnungsnummer von dm und das Ausstellungsdatum sind hierbei anzugeben.

9. Laufzeit, Kündigung

- 9.1 Die Laufzeit jedes Auftrages ist in dem jeweiligen Mediaplan bestimmt. Eine vorzeitige Kündigung ist – bis auf die in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen aufgeführten Fälle zur Stornierung – ausgeschlossen. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt unberührt.
- 9.2 Beide Vertragsparteien sind berechtigt, den Werbeschaltungsvertrag mit sofortiger Wirkung zu kündigen, wenn ein wichtiger Grund vorliegt. Ein wichtiger Grund für DM ist insbesondere gegeben, wenn gegen DM infolge der vom Kunden beauftragten Werbeschaltung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde und/oder ein Verstoß des Kunden gegen Verpflichtungen aus Ziffer 6. vorliegt. Bereits erbrachte Leistungen werden zum Zeitpunkt der Stornierung effektiv abgerechnet.
- 9.3 Die Kündigung muss schriftlich erfolgen.

10. Haftung

- 10.1 Die Haftung wegen Verzuges bei der Auslieferung der Werbekampagne ist ausgeschlossen, soweit sie auf höhere Gewalt oder auf unvorhersehbare, von dm nicht zu vertretende Umstände wie Betriebsstörungen, behördliche Anordnungen, gerichtliche Verfügungen oder die nicht rechtzeitige Belieferung zurückzuführen ist. In den genannten Fällen verlängern sich die vereinbarten Ausführungszeiträume angemessen auch innerhalb eines Verzuges.
- 10.2 Die Haftung für leichte Fahrlässigkeit wird bis auf die Verletzung einer verkehrswesentlichen Pflichtverletzung ausgeschlossen. Wesentliche Vertragspflichten sind solche Verpflichtungen, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertraut und vertrauen darf. Bei einer leicht fahrlässigen Verletzung einer verkehrswesentlichen Pflicht wird die Haftung der Höhe nach auf den nach allgemeiner Lebenserfahrung bei Abschluss des jeweiligen Auftrages typischerweise vorhersehbaren Schadens beschränkt. Als typischerweise vorhersehbarer Schaden gilt die Summe der Zahlungen, welche der Kunden an dm aufgrund des jeweiligen Auftrages zu zahlen verpflichtet ist.
- 10.3 Die vorgenannten Haftungsausschlüsse und Beschränkungen gelten nicht im Fall der vorsätzlichen oder grob fahrlässigen schadensverursachenden Verhaltens von dm, bei der Übernahme ausdrücklicher Garantie, für Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz, wegen arglistigen Verschweigens von Fehlern und für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.

11. Datenschutz

- 11.1 Der Kunden ist verpflichtet, die jeweils einschlägigen datenschutzrechtlichen Vorschriften zu beachten.
- 11.2 Der Einsatz von Zählpixeln oder ähnlicher Technologien bei der Auslieferung der Werbemittel ist dem Kunden nur gestattet, wenn dies in dem Auftrag ausdrücklich vereinbart wird. Gleiches gilt für Flash-Cookies bzw. vergleichbare Technologien.

- 11.3 Setzt der Kunden für die Auslieferung von Werbemitteln auf den Online-Medien Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.
- 11.4 Der Kunden sichert zu, dass die über das Werbemittel verlinkten Webseiten eine Datenschutzerklärung aufweisen, die Informationen über die Verwendung von Technologien Dritter sowie Informationen über den Einsatz von Cookies und/oder den Einsatz von Webbeacons beinhaltet. Die Datenschutzerklärung muss des Weiteren Informationen über die Möglichkeiten des Users hinsichtlich des Cookie-Managements enthalten. Diese Informationen und die Ausgestaltung des Einsatzes der Cookies/Webbeacons müssen den gesetzlichen und den von Vertragspartnern der Webseitenbetreiber getätigten Vorgaben entsprechen. Die Erfüllung der Vorgaben von Vertragspartnern der Webseitenbetreiber ist nur dann notwendig, wenn diese zur Einhaltung gesetzlicher Vorgaben erforderlich ist.

12. Geheimhaltung

- 12.1 Die Vertragsparteien verpflichten sich, über diese Geschäftsbedingungen, die auf deren Grundlage eingegangenen Verträge und alle bei der Durchführung der Verträge gewonnenen Erkenntnisse und Ergebnisse Stillschweigen zu bewahren und diese Dritten nicht zugänglich zu machen. Dies betrifft insbesondere Informationen über die Geschäfte, Geschäftsabläufe, Preisstrukturen, Abschlüsse, finanzielle oder vertragliche Vereinbarungen und den Inhalt dieses Vertrages. Im Zweifel ist davon auszugehen, dass eine Information über die Arbeitsweise einer Vertragspartei, die jeweils andere Vertragspartei im Rahmen der Zusammenarbeit erhält, geheim zu halten ist und ausschließlich zur Durchführung des Auftrages zu nutzen. Die Geheimhaltungspflicht gilt nicht für eine Weitergabe an mit den Parteien gemäß §§ 15 ff. AktG verbundene Unternehmen.
- 12.2 Die Geheimhaltungsverpflichtung gilt nicht für Informationen, die offenkundig sind oder werden, ohne dass dies auf einem Vertragsverstoß einer Partei beruht, die der empfangenden Partei bei Bekanntgabe nachweislich bekannt waren oder zu deren Offenlegung eine zwingende gesetzliche oder behördliche Verpflichtung bzw. eine Verpflichtung aufgrund einer rechtskräftigen gerichtlichen Entscheidung besteht.
- 12.3 dm ist berechtigt, bei einer Buchung durch eine Agentur eine Buchungsbestätigung auch an den entsprechenden Werbekunden der Agentur weiterzuleiten. dm ist berechtigt, im Rahmen der Eigenwerbung auf die Zusammenarbeit mit dem Kunden, auch unter Abbildung der Marken bzw. Logos des Kunden, hinzuweisen.

13. Höhere Gewalt

- 13.1 Höhere Gewalt, d.h. ein von außen kommendes, keinen betrieblichen Zusammenhang aufweisendes und auch durch die äußerst vernünftigerweise zu erwartende Sorgfalt nicht abwendbares Ereignis wie bspw. Arbeitskämpfe, Unruhen, kriegerische oder terroristische Auseinandersetzungen oder Epidemien/Pandemien, befreit die Parteien für die Dauer der Störung und im Umfang ihrer Wirkung von ihren Leistungspflichten, selbst wenn sie sich in Verzug befinden sollten. Die betroffene Partei muss das ihr Mögliche und Zumutbare unternehmen, um die Folgen des Falles des schwerwiegenden Ereignisses zu minimieren (Schadensminimierung).

- 13.2 Eine automatische Vertragsauflösung ist mit einem Fall der höheren Gewalt nicht verbunden. Die Parteien sind verpflichtet, sich von einem solchen Hindernis unverzügliche Mitteilung zu dem Umstand und dem Ende des Umstandes zu machen und ihre Verpflichtungen den veränderten Verhältnissen nach Treu und Glauben anzupassen; sofern dies nicht möglich oder einem Vertragspartner nicht zumutbar ist, kann der betroffene Auftrag gekündigt werden.

14. Schlussbestimmungen

- 14.1 Aufhebungen, Änderungen und Ergänzungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen der Schriftform (unterschriebener, per E-Mail übersandter Scan oder einfache elektronische Signatur ist auch ausreichend). Dies gilt auch für diese Schriftformklausel.
- 14.2 Erfüllungsort ist Karlsruhe. Das Vertragsverhältnis unterliegt ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechtes. Als Gerichtsstand für Streitigkeiten über bzw. aus diesem Vertrag wird Karlsruhe, Deutschland, vereinbart.