

Allgemeine Geschäftsbedingungen Kampagnenwerbung

1. Vertragsgegenstand

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für sämtliche Verträge mit dem Unternehmen diemarketingstrategen, Inhaber Tanja Linke („Auftragnehmer“) über die Durchführung von Außenwerbung an verschiedenen analogen und digitalen Werbeträgern, Werbung durch Anzeigen und Beilagen und Werbung mit Eventmedien (d.h. der Durchführung von Direktwerbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen auf dem Publikumsverkehr geöffneten Flächen wie z.B. Bahnhöfen, Einkaufszentren und Fußgängerzonen) mit einer Grundlaufzeit von weniger als 6 Monaten („Kampagnenwerbung“).

2. Die Kampagnenwerbung erfolgt auf Werbeflächen, die sich auf Grundstücken, in/an Verkehrsmitteln oder an Gebäuden Dritter befinden (zusammen „Werbeflächen“).

3. Werbeträger im Bereich **Plakatmedien** sind insbesondere:
 1. Großflächen (GF): Tafeln zur Anbringung jeweils eines Plakats im 9 m² - Format (Querformat)
 2. Ganzsäulen (GS): Säulen zur Anbringung von Plakaten jeweils eines Werbungtreibenden
 3. Litfaßsäulen (LS): Säulen oder Tafeln zur Anbringung von Plakaten jeweils mehrerer Werbungtreibender (Allgemeinstellen)
 4. City-Light-Säulen (CLS) und Premium City-Light-Poster (PCLP): verglaste Säulen zur Anbringung von zwei Plakaten im 2 m² - Format oder einem Plakat im ca. 4 m² - Format
 5. City-Light-Poster (CLP): verglaste Vitrine zur Anbringung von bis zu drei Plakaten (auch im Wechsel) im 2 m² - Format
 6. Mega-Lights (ML): verglaste Werbeträger zur Anbringung von bis zu drei Plakaten im Wechsel im 9 m² - Format auf Monofuß und Wandanlage
 7. Superposter: Tafeln zur Anbringung eines Plakates im 20 m² Format (Querformat)
 8. Road Banner (BB): an Brücken befestigter Banner aus PVC-Netzvinyl
 9. Kulturmedienwerbeträger (KMW): Werbeflächen zur Anbringung von Kultur- und Veranstaltungswerbungen (Litfaßsäulen, Kulturposter/Moskito, Flächen- plakatierung/Bauzaun, Allgemeinanschlag Bahnhof, A1Plakate Bahnhof Kultursäule und Dreieckständer).

4. Werbeträger im Bereich **Elektronische Medien / Public Video** sind insbesondere:
 1. Infoscreen
 2. Station Video
 3. Mall Video
 4. Das Fahrgastfernsehen
 5. LED Screens und Videobards
 6. Roadscreens

4. Werbeträger des Bereichs **Verkehrsmitteln** sind Werbeflächen in und an Bussen und Bahnen sowie anderen Verkehrsmitteln (zusammen „Fahrzeuge“) des öffentlichen Nah- und Fernverkehrs. Dies sind insbesondere:
 - TrafficBoards
 - Seitenscheibenplakate
 - Swing Cards
 - Innenwerbung
 - TrafficBanner
 - Verkehrsmittel Ganzgestaltung

5. Werbeträger des Bereichs **Stationsmedien** sind z.B. Sonderwerbformen und -maßnahmen innerhalb von Bahnhöfen, U-Bahnstationen, Flughäfen und sonstigen Wartebereichen im öffentlichen Fern- und Nahverkehr. Dies sind insbesondere:
 - Big Banner
 - Spannbänder
 - Ground Poster
 - Station Tower
 - Station Ganzgestaltung

6. Der Vertrag über die Kampagnenwerbung - je nach vertraglicher Vereinbarung im Rahmen der Auftragserteilung - den Aushang, die Auslage bzw. die Ausstrahlung des Werbemittels oder die sonstige Durchführung von Werbemaßnahmen während des vereinbarten Werbezeitraums sowie soweit vereinbart noch weitere Leistungen wie die Einholung erforderlicher Genehmigungen durch den Auftragnehmer, die Herstellung und Wartung der Werbemittel sowie die Demontage des Werbemittels nach Ablauf des Werbezeitraums.

7. Weiterhin sind die jeweiligen Produktdatenblätter und/oder individuell schriftlich mitgeteilten Informationen (zusammen im Folgenden „Produktinformationen“), aus denen sich die technischen Anforderungen an das Werbemittel, der vom Auftraggeber zu liefernden Materialien/Daten sowie ggfs. Lieferfristen und Lieferorte ergeben, Bestandteil des jeweiligen Vertrags. Der Auftraggeber erhält diese Produktinformationen spätestens mit der Auftragsbestätigung des Auftragnehmers.

2. Auftragserteilung und -annahme

1. Der Vertrag kommt nur durch schriftliche Annahme des vom Auftraggeber („Auftraggeber“) erteilten Auftrags durch den Auftragnehmer zustande. Angebote des Auftragnehmers sind freibleibend. Soweit zur Durchführung der Kampagnenwerbung eine Zustimmung des Flächeninhabers erforderlich ist und/oder behördliche und andere Genehmigungen erforderlich sind, erfolgt der Vertragsschluss unter der aufschiebenden Bedingung des Vorliegens sämtlicher Zustimmungen/Genehmigungen.

2. Aufträge des Auftraggebers haben eine Bezeichnung des zu bewerbenden Produktes („Produktgruppe“) und des Werbungtreibenden zu enthalten. Nach Auftragsbestätigung hat der Auftraggeber eine digitale Motivvorlage sowie die geforderten Informationen und Unterlagen entsprechend der jeweiligen Produktinformationen für den gebuchten Werbeträger an den Auftragnehmer zu übermitteln. Der Auftraggeber hat auf Anforderung vom Auftragnehmer maßstabsgerechte Entwürfe der Werbemaßnahme zur Genehmigung vorzulegen.

3. Der Auftragnehmer behält sich vor, die Annahme von Aufträgen – ganz oder teilweise – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Auftragnehmers abzulehnen, wenn eine Durchführung der Kampagnenwerbung unzumutbar ist (z.B. politische, weltanschauliche oder religiös extreme, diskriminierende, gegen den guten Geschmack oder die guten Sitten verstoßende Werbung), gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, straßenverkehrsrechtliche Bedenken bestehen oder den Interessen der Flächeninhaber zuwiderläuft. Bei bereits zustande gekommenen Verträgen hat der Auftragnehmer für die vorgenannten Fälle ein Rücktrittsrecht vom Vertrag, wenn nicht der Auftraggeber bis spätestens 15 Arbeitstage (Wochentage von Montag bis Freitag) vor Aushangbeginn ein rechtmäßiges Alternativmotiv vorlegt. Entstehen während der Durchführung der Kampagnenwerbung wegen des Inhalts, der Herkunft oder der Form der Werbung begründete rechtliche oder sittliche Bedenken gegen diese Werbung oder erweist sich die Werbung als unvereinbar mit der vorstehenden Regelung dieses Absatzes, ist Auftragnehmer berechtigt, die Kampagnenwerbung unverzüglich zu beenden und den Vertrag ohne Einhaltung einer Frist zu kündigen.

4. Eine Übertragung von Rechten und Pflichten aus dem Vertrag oder des Vertrags selbst auf Dritte bedarf der Zustimmung der anderen Vertragspartei. Der Auftragnehmer ist aber ohne Zustimmung des Auftraggebers berechtigt, Rechte und Pflichten aus dem Vertrag sowie den Vertrag selbst auf ein verbundenes Unternehmen gemäß §§ 15 ff. AktG zu übertragen.

5. Die Geltung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausgeschlossen.
6. Es besteht kein Anspruch des Auftraggebers auf eine bestimmte Platzierung der gebuchten Kampagnenwerbung in ein bestimmtes werblich-redaktionelles Umfeld, auf bestimmte Werbeträgerstandorte bzw. bei Verkehrsmitteln auf bestimmte Linien- oder Streckenführungen.
7. Die Durchführung von Kampagnenwerbung kann der Zustimmung des Flächeninhabers der Werbefläche unterliegen. Diese Zustimmung wird vom Auftragnehmer eingeholt. Der Auftraggeber stellt dafür auf Anforderung des Auftragnehmers einen Entwurf der geplanten Werbung sowie ggfs. alle weiterhin benötigten (technischen) Unterlagen zur Verfügung. Sondernutzungserlaubnisse holt - soweit nicht im Einzelfall bei Vertragsabschluss anders vereinbart - der Auftragnehmer ein. Insbesondere im Bereich individualisierter Stations- und Eventmedien können weitere behördliche und andere Genehmigungen erforderlich sein (z. B. Baugenehmigung). Sofern nicht ausdrücklich anders vereinbart, holt der Auftraggeber diese Genehmigungen selbst auf eigene Kosten ein.
8. Machen der Flächeninhaber oder die Behörden ihre Zustimmung zur Kampagnenwerbung von Änderungen des Werbemittels abhängig, so bleibt der Auftraggeber an seinen erteilten Auftrag bzw. an den Vertrag gebunden, es sei denn, dass ihm die Änderungen wegen erheblicher Beeinträchtigung der Werbewirkung nicht zugemutet werden können. Aufgrund der Änderungsanforderungen entstehende zusätzliche Kosten, wie z.B. Kosten für Motivänderungen oder Versandkosten, sind vom Auftraggeber zu tragen. Ersatzansprüche gegen den Auftragnehmer stehen dem Auftraggeber weder in diesem Fall, noch bei Zurückweisung bzw. Nichtgenehmigung der Werbeschaltung durch den Flächeninhaber oder die Behörden zu.

3. Werbezeitraum/Vertragslaufzeit

1. Der vertragliche Werbezeitraum / die Vertragslaufzeit beginnt mit dem im Vertrag vereinbarten Termin („Startdatum“) und endet mit Ablauf des im Vertrag vereinbarten Zeitraums. Dies gilt auch dann, wenn die Kampagnenwerbung aufgrund von Verzug des Auftraggebers mit von ihm gemäß der Produktinformationen zu liefernden Unterlagen/Informationen/Werbemitteln noch nicht faktisch begonnen werden konnte. Aufgrund von logistischen und technischen Umständen (vereinbarter Aushangbeginn an einem Sonn- oder Feiertag, fester Plakatierungsrhythmus, Abstimmung mit dem Verkehrsbetrieb etc.) kann der tatsächliche Beginn der Kampagnenwerbung geringe Zeiträume früher oder später als vereinbart beginnen oder enden. Kompensationsansprüche aus diesem Grund bestehen weder für den Auftragnehmer noch für den Auftraggeber. Sollte kein Startdatum vereinbart worden sein, beginnt die Vertragslaufzeit an dem Kalendertag an dem die Kampagnenwerbung tatsächlich beginnt, spätestens jedoch an dem Kalendertag, an dem die Kampagnenwerbung ohne Verzug des Auftraggebers mit von ihm gemäß Produktinformationen zu liefernden Unterlagen/Informationen/Werbemitteln hätte beginnen können.
2. Bei **Plakatmedienwerbung** erfolgt die Plakatierung für LS, GS und GF im Dekadenrhythmus. Die Dekaden 01, 33 und 34 umfassen aufgrund des Jahreswechsels gegebenenfalls 14 Kalendertage und werden dem Auftraggeber nur mit 11Kalendertagen berechnet. Plakatierungsausfälle in diesen Dekaden von bis zu 3 Tagen werden dem Auftraggeber nicht erstattet.
3. Bei Werbeschaltungen auf **Elektronischen Medien** / Public Video in Intervallen kann Auftragnehmer keine absolut gleichmäßige Verteilung des gebuchten Volumens über den gesamten Werbezeitraum gewährleisten. Das vertragliche Gesamtvolumen wird jedoch gewährleistet.
4. Wenn (i) für betroffene Werbeträger erforderliche behördliche Genehmigungen nicht erteilt, bereits erteilte behördliche Genehmigungen widerrufen oder der Werbeträger aus städtebaulichen oder sonstigen, vom Auftragnehmer nicht zu vertretenden Gründen, abgebaut werden muss oder (ii) die Kampagnenwerbung während der Vertragslaufzeit ganz oder teilweise vom Flächeninhaber oder von den zuständigen Aufsichtsbehörden untersagt oder (iii) wenn der Vertrag mit dem Flächeninhaber über die Nutzung der Werbefläche („Werberechtsvertrag“) vorzeitig endet, ist der Auftragnehmer berechtigt, den Vertrag ohne Einhaltung einer Frist zu kündigen. Er wird die jeweiligen Umstände dem Auftraggeber unverzüglich mitteilen und die bereits gezahlte Vergütung für den ausgefallenen Werbezeitraum anteilig erstatten. Darüber hinausgehende Ersatzansprüche stehen dem Auftraggeber nicht zu. Im Falle der Beendigung eines Werberechtsvertrags steht es dem Auftragnehmer frei, den Vertrag mit dem Auftraggeber – sofern er Werbeflächen betrifft, die unter den endenden Werberechtsvertrag fallen - statt zu kündigen für den restlichen

Werbezeitraum auf einen neuen Werberechtsvertragspartner des Flächeninhabers zu übertragen. Der Auftraggeber erklärt bereits jetzt seine Zustimmung zur Übertragung des Vertrags.

3. Konkurrenzausschluss

1. Soweit nicht im Einzelfall ausdrücklich vereinbart, wird der Ausschluss von Wettbewerbern des Werbungtreibenden nicht zugesichert. Der Auftragnehmer wird aber nach Möglichkeit Werbung von Wettbewerbern des Werbungtreibenden nicht unmittelbar nebeneinander anbringen.

4. Werbemittel

1. Soweit im Vertrag nicht anders vereinbart, erfolgt die Montage und Demontage des Werbemittels durch den Auftragnehmer auf Kosten des Auftraggebers. Gleiches gilt bei Austausch oder Änderung des Werbemittels während des Werbezeitraums. Soweit die Produktion des Werbemittels vereinbart ist, richten sich die Produktionskosten dabei nach dem jeweiligen Aufwand der vom Auftraggeber gewünschten Gestaltung des Werbemittels. Die für die Produktion des Werbemittels vom Auftraggeber zu liefernden Materialien (Motivvorlage, Druckunterlagen, Reproduktionsunterlagen etc.) sind - soweit nicht anders vereinbart oder in den Produktinformationen anders vorgegeben - spätestens 20 Kalendertage vor dem Startdatum dem Auftragnehmer zur Verfügung zu stellen. Genauere Vorgaben bzgl. der für die Werbemittelproduktion zu liefernden Materialien ergeben sich aus den jeweiligen Produktinformationen. Auftragnehmer wird Auftraggeber unverzüglich über erkennbar ungeeignete und oder beschädigte Materialien informieren. Die Überwachung der termingerechten Anlieferung zu liefernder Materialien obliegt dem Auftraggeber und wird nicht vom Auftragnehmer zusätzlich überwacht.
2. Soweit im Vertrag vereinbart ist, dass der Auftraggeber die Herstellung und Lieferung des Werbemittels übernimmt, hat dies auf Kosten des Auftraggebers und entsprechend den Vorgaben des Auftragnehmers im Hinblick auf Maße, Ersatzmengen und Material zu erfolgen, die dem jeweiligen Produktdatenblatt zu entnehmen sind und/oder vom Auftragnehmer gesondert schriftlich für den Einzelfall mitgeteilt werden. Der Auftraggeber hat das fertige Werbemittel auf seine Kosten - soweit nicht anders vereinbart - spätestens 15 Kalendertage vor dem vereinbarten Startdatum an die vom Auftragnehmer vorgegebene Adresse zu liefern. Bei Verträgen über Verkehrsmedien ist bei Werbung in Fahrzeugen ab 10 Stück eine Ersatzmenge von 10% mitzuliefern.
3. Auftragnehmer übernimmt auf Wunsch des Auftraggebers auch die Erstellung von Reproduktionsunterlagen oder die Vornahme erforderlicher Anpassungen ungeeigneter Reproduktionsunterlagen auf Kosten des Auftraggebers. Die Herstellung und Lieferung von Werbebeilagen ist Sache des Auftraggebers.
4. Bei der Herstellung von Werbemitteln durch den Auftragnehmer hat der Auftraggeber das Recht, vor Druck Korrekturabzüge schriftlich zu verlangen. Verlangt der Auftraggeber dies nicht, haftet der Auftragnehmer hinsichtlich Satzfehler nur für offensichtliche Abweichungen. Bei farbigen Reproduktionen gelten geringfügige Farbabweichungen nicht als Mangel.
5. Bei **Big Bannern** und **Road Bannern** werden Wünsche über Farbabstimmung, soweit möglich, berücksichtigt. Die Einsendung eines Farbmusters oder die Mitaufnahme einer Grauskala wird empfohlen. Werden keine Angaben gemacht, so gilt die Auffassung des Auftragnehmers bzw. des von ihm beauftragten Produzenten als richtig. Durch das Material bedingte Abweichungen beim produzierten Big Banner gegenüber dem Original stellen keinen Mangel dar. Bei Reproduktion von Farbdrucken oder Farbtuschen sind Farbabweichungen durch die Verschiedenartigkeit der Druckfarben- oder Retuschefarben-Pigmente bei Big Bannern nicht immer vermeidbar. Bei Nachbestellung von Big Bannern übernimmt Auftragnehmer keine Gewähr dafür, dass die Ausführung farblich mit vorangegangenen Lieferungen übereinstimmt. Das gilt auch für den Vergleich zwischen Muster und Auflage.
6. Sind bei **Anzeigen** keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so legt Auftragnehmer die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Auftragnehmer mit dem Wort „Anzeige“ deutlich

kenntlich gemacht. Der Auftraggeber erhält auf Wunsch mit der Rechnung einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags liefert Auftragnehmer Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Auftragnehmers über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

7. Kann der Auftragnehmer den Vertrag nicht oder nicht fristgemäß durchführen, weil der Auftraggeber die von ihm zu liefernden Informationen, Materialien bzw. Werbemittel (Plakate, Motivvorlagen, Druckunterlagen, Reproduktionsunterlagen, Briefings, Bausteine etc.) nicht, verspätet oder nicht in der erforderlichen Anzahl oder Qualität geliefert hat, entbindet das den Auftraggeber nicht von seiner Zahlungsverpflichtung. Mehrkosten, die wegen der verspäteten Lieferung anfallen, trägt der Auftraggeber. Ersparte Mehraufwendungen hat Auftragnehmer sich anrechnen zu lassen.
8. Der Auftraggeber ist verantwortlich für Form und Inhalt der Werbemotive sowie deren rechtliche, insbesondere urheberrechtliche und wettbewerbsrechtliche, Unbedenklichkeit. Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer insofern von eventuellen Ansprüchen Dritter, sowie von sämtlichen dem Auftragnehmer hierdurch entstehenden Kosten frei. Eine Prüfpflicht obliegt dem Auftragnehmer nicht. Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer insofern von eventuellen Ansprüchen Dritter sowie von sämtlichen dem Auftragnehmer hierdurch entstehenden Kosten frei. Eine Haftung für die in der Werbung enthaltenen Sachaussagen über die Produkte und Leistungen des Auftraggebers trifft den Auftragnehmer in keinem Fall. Dem Auftragnehmer obliegt insofern keine Prüfpflicht.
9. Soweit nicht anders vereinbart, erfolgt die Rücksendung bzw. Abholung von (i) Werbemitteln, die nach Beendigung der Kampagnenwerbung noch nutzbar sind (Big Banner, Spezialanfertigungen im Bereich Eventmedien etc.), (ii) vom Auftraggeber gelieferter Reproduktionsunterlagen, sowie (iii) nicht verbrauchter Werbemittel-Ersatzmengen und weiterer Materialien (Druckvorlagen, Reproduktionsunterlagen, Modelle etc.) auf Kosten und Risiko des Auftraggebers, sofern der Auftraggeber dies innerhalb von 2 Wochen nach Beendigung des Werbezeitraums schriftlich verlangt. Werbemittel/Materialien, die während dieser Frist nicht zurückgefordert wurden, gehen entschädigungslos in das Eigentum des Auftragnehmers über und können vom Auftragnehmer entsorgt werden. Die Kosten für die Entsorgung trägt der Auftraggeber.
10. Soweit eine Demontage des Werbemittels durch den Auftraggeber vereinbart ist, ist der Auftragnehmer nach erfolglosem Ablauf des vorgesehenen Demontagermins dazu berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Demontage und Einlagerung der Werbemittel sowie die Wiederherstellung des ursprünglichen Zustands der Werbefläche auf Kosten und Gefahr des Auftraggebers vorzunehmen. Der Auftragnehmer ist in diesen Fällen dazu berechtigt, dem Auftraggeber die Kampagnenwerbung entsprechend der vereinbarten Konditionen für den Zeitraum zwischen vereinbartem Werbezeitraumende bis zur tatsächlichen Beendigung der Kampagnenwerbung in Rechnung zu stellen.
11. Der Auftragnehmer ist bis auf Widerruf berechtigt, das Werbemotiv als Musterdruck und/oder für eigene Werbezwecke unentgeltlich zu nutzen, insbesondere es auch in einer web-basierten Datenbank zu verwenden.

5. Preise

1. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, gelten die jeweils gültigen Listenpreise des Auftragnehmers zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses. Bei Verträgen mit vereinbartem Startdatum von mehr als 4 Monaten nach Vertragsschluss können die Preise entsprechend eingetretener Kostensteigerungen oder -senkungen, insbesondere bei Materialien für die Herstellung und Montage der Werbemittel, wenn durch diese das Leistungsverhältnis nicht mehr angemessen ist, nach billigen Ermessen angepasst werden.
2. Alle Preise verstehen sich zzgl. der jeweils geltenden Mehrwertsteuer.

- Bei Verträgen über Kampagnenwerbung im Bereich **Plakatmedien** wird -soweit nicht anders vereinbart- die Anbringung, Pflege, Ausbesserung und Erneuerung beschädigter Aushänge während der vereinbarten Aushangzeit durch den Auftragnehmer durchgeführt, ohne dass die Kosten hierfür dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt werden. Eine Abdeckung von Plakaten nach Kampagnenende erfolgt erst mit Beginn des Folgeauftrags. Kosten für vom Auftraggeber beauftragte Abdeckung von Plakaten werden dem Auftraggeber jedoch zusätzlich in Rechnung gestellt. Dies gilt auch für Abdeckungskosten und sämtliche anderen Kosten, die bei einer vom Auftraggeber zu vertretenden vorzeitigen Vertragsbeendigung entstehen. Bei Verträgen über Kampagnenwerbung in den Bereichen Elektronische Medien / Public Video, Verkehrsmedien, Eventmedien, Anzeigen- und Beilagen und Stationsmedien sind soweit beauftragt die Kosten für Herstellung, Anbringung, ggfs. Austausch/Ausbesserung und Entfernung der Werbemittel sowie diesbezügliche Nebenkosten (wie z.B. Bereitstellungsgebühren für das zeitweilige Außerdienststellen und die Vorbereitung von Fahrzeugen zur Anbringung/Entfernung der Werbemittel) -soweit nicht im Vertrag abweichend vereinbart- vom Auftraggeber gesondert zu tragen. Im Rahmen von Verträgen, bei denen so genannte Full-Servicepreise vereinbart sind, wird die einmalige Herstellung, Anbringung und Entfernung der Werbemittel (technische Kosten) vom Auftragnehmer ohne gesonderte Berechnung durchgeführt. Ist ein Austausch von Werbemitteln während des Werbezeitraums erforderlich, trägt der Auftraggeber die Kosten hierfür separat. Endet ein Vertrag mit Full-Servicepreisen vorzeitig aus Gründen, die der Auftraggeber zu vertreten hat, z.B. wegen Zahlungsverzug oder aufgrund eines Rücktritts des Auftragnehmers gemäß Ziffer 2.4, werden die technischen Kosten, die anteilig auf das Entgelt für den nicht durchgeführten Werbezeitraum entfallen, dem Auftraggeber in Rechnung gestellt. In diesem Fall entfällt auch für den durchgeführten Werbezeitraum ein ggfs. erteilter laufzeitbedingter Preisnachlass. Der Auftragnehmer ist dann berechtigt, die Differenz zwischen dem vereinbarten Entgelt und dem Entgelt ohne laufzeitbedingte Rabatte für den durchgeführten Werbezeitraum nachträglich zu berechnen.

6. Zahlungsbedingungen

- Soweit nicht vertraglich anders vereinbart, erfolgt die Rechnungsstellung vor dem Start der Kampagnenwerbung im Voraus. Rechnungsbeträge sind jeweils 14 Tage vor des vereinbarten Kampagnenzeitraums ohne Abzug zahlbar. Für die Rechtzeitigkeit der Zahlung ist der Tag des Geldeinganges entscheidend. Der Auftragnehmer behält sich vor, Rechnungen elektronisch an den Auftraggeber zu versenden.
- Bei Verzug des Auftraggebers mit Zahlungsverpflichtungen sowie bei begründeten Zweifeln an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Auftragnehmer berechtigt, auch vor und während der Laufzeit des Vertrags die (weitere) Durchführung des Vertrags ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Entgelts und vom Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

7. Vertragsstörungen / Haftung

- Schadensersatzansprüche des Auftraggebers wegen Pflichtverletzung des Auftragnehmers bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Auftragnehmers. Eine Haftung für leichte Fahrlässigkeit des Auftragnehmers ist ausgeschlossen. Diese Einschränkung gilt nicht für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.
- Gegenüber Kaufleuten ist die Haftung für Sach- und Vermögensschäden bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen auf den vertragstypischen vorhersehbaren Schaden begrenzt.
- Eine Haftung für mittelbare Schäden, insbesondere für entgangenen Gewinn, ist ausgeschlossen.
- Im Falle einer Nicht- bzw. Schlechtausführung, Verzögerung, Unterbrechung oder vorzeitigen Beendigung einer Kampagnenwerbung sowohl aus Gründen, die er nicht zu vertreten hat (z.B. Streik, höhere Gewalt, Bau-/Abrissmaßnahmen, die von öffentlichen Einrichtungen durchgeführt oder verfügt oder vom Flächeninhaber durchgeführt werden) wie auch im Falle des Vertretenmüssens oder wenn die Werbung aufgrund einer Änderung bzw. Aufrüstung z.B. Digitalisierung des Werbeträgertyps an dem gebuchten Standort beendet werden muss, wird der Auftragnehmer dem Auftraggeber für die ausgefallene Zeit eine Ersatzwerbung (nach Wahl vom Auftragnehmer entweder zeitliche Verlängerung oder Ersatzwerbefläche für den gleichen Zeitraum) anbieten oder falls der Werbezweck hierdurch nicht erreicht werden kann, die bereits gezahlte Vergütung für den nicht durchgeführten Werbezeitraum zurückerstatten. Bei Umrüstung eines Werbeträgers von statisch auf Wechsler-Mechanismus, gilt der Verbleib der Werbung auf dem Wechsler als gleichwertige Ersatzwerbung. Darüber hinausgehende Ersatzansprüche, insbesondere bezüglich weiterer nicht betroffener Werbeträger/-maßnahmen und entgangenem Gewinn sind im Rahmen der Ziffern 1 (Vertragsstörung/Haftung) ausgeschlossen.

5. Offensichtliche Mängel sind unverzüglich nach Kenntnis-erlangung vom Mangel, jedoch spätestens bis 20 Kalendertage nach Beendigung des Werbezeitraums gegenüber dem Auftragnehmer schriftlich geltend zu machen. Bei Kampagnenwerbung auf elektronischen Medien / Public Video ist ein Mangel jedoch spätestens 5 Kalendertagenach Beendigung des Werbezeitraums schriftlich geltend zu machen.
6. Bei der Beschaffung, Herstellung, Montage und/oder Demontage der Werbemittel durch den Auftragnehmer hat der Auftraggeber die Leistungen des Auftragnehmers unverzüglich nach Beginn der Leistungserbringung zu untersuchen und dem Auftragnehmer etwaige Mängel unverzüglich schriftlich spätestens jedoch 28 Kalendertage nach Beendigung, bei elektronischen Werbeträgern bis 5 Kalendertage nach Beendigung unter Beifügung sämtlicher für die Prüfung der Mängelrüge erforderlicher Unterlagen anzuzeigen.
7. Im Bereich Plakatmedien bleibt ein gleichwertiger Austausch bzw. eine Reduzierung von beauftragten Aushängen aus Gründen, die der Auftragnehmer nicht zu vertreten hat (z.B. Streik, höhere Gewalt, Bau-/Abrissmaßnahmen, die von öffentlichen Einrichtungen durchgeführt oder verfügt oder vom Eigentümer des Werbeträgerstandortes durchgeführt werden, nicht nur vorübergehende Nichterreichbarkeit des Werbeträgers) bis zu einem Umfang von bis zu 1,75% der beauftragten Aushänge vor und nach Beginn des Aushangzeitraums vorbehalten.
8. Bei Beauftragung von City-Light-Poster und Allgemeinanschlagsaushängen im Netz (Netzbuchungen) kann es zu Über- oder Unterschreitungen von bis zu 3% bei der Anzahl von Aushängen innerhalb eines Netzes kommen. Diese Abweichungen begründen weder für den Auftragnehmer noch für den Auftraggeber Kompensationsansprüche.
9. Für die Beschädigung der Werbemittel durch Dritte oder durch höhere Gewalt haftet weder der Auftragnehmer noch der Flächeninhaber.
10. Bei Verträgen über Kampagnenwerbung, die eigenständig vom Auftraggeber durchgeführt werden bzw. bei denen die Herstellung, Montage, Demontage und/oder Wartung des Werbemittels durch den Auftraggeber vereinbart ist, haftet der Auftraggeber für alle Schäden, die durch das Werbemittel entstehen und stellt den Auftragnehmer und den Flächeninhaber von sämtlichen Ansprüchen frei, die Dritte aufgrund von durch das Werbemittel verursachten Schäden oder Nichteinhaltung von behördlichen Vorschriften geltend machen und ersetzt dem Auftragnehmer auch die erforderlichen Kosten der Rechtsverfolgung. Ebenso stellt der Auftraggeber den Auftragnehmer von diesbezüglichen Ansprüchen des Flächeninhabers frei.
11. Wird bei Kampagnenwerbung an oder in Verkehrsmitteln ein bereits mit Werbemitteln versehenes Fahrzeug dauerhaft außer Dienst gestellt oder in ein anderes Einsatzgebiet verlegt, wird die Kampagnenwerbung auf einem Ersatzfahrzeug weitergeführt. Die Kosten für die Übertragung oder Neuanbringung der Werbemittel wird je nach Gesamtlaufzeit zwischen den Parteien aufgeteilt. Bei Verträgen mit Full-Servicepreisen trägt der Auftragnehmer die Kosten für die Neuanbringung am Ersatzfahrzeug und die Entfernung der Werbemittel am bisherigen Fahrzeug. Sofern kein Ersatzfahrzeug zur Verfügung gestellt werden kann, ist der Auftragnehmer berechtigt, den Vertrag betreffend der von der Außerbetriebsetzung betroffenen Kampagnenwerbung mit Wirkung zum Tage der Außerbetriebsetzung zu kündigen. Die ggfs. bestehende Verpflichtung des Auftraggebers zur Neutralisierung des Fahrzeuges bleibt hiervon unberührt.
12. Bei der Festsetzung der Preise für Kampagnenwerbung an Verkehrsmitteln ist bereits berücksichtigt, dass Fahrzeuge aus betrieblichen Gründen (z.B. Fahrplanänderungen an Wochenenden und zu Ferienzeiten, Reparaturen, Wartungsarbeiten, Hauptuntersuchungen) vorübergehend nicht in Betrieb sein können. Ein zusätzlicher Ausgleich hierfür erfolgt nicht. Bei einem Ausfall von durchgehend mehr als 7 Kalendertagen bzw. von mehr als 7 Kalendertagen im Monat verlängert sich nach Wahl des Auftragnehmers die Aushangzeit entsprechend oder erhält der Auftraggeber eine Gutschrift. Sofern Fahrzeuge von den Verkehrsbetrieben während des Werbezeitraums an einem anderen Einsatzort eingesetzt werden, wird der Auftragnehmer den Auftraggeber hierüber verständigen. Sollte der neue Einsatzort im Hinblick auf die Art und den Zweck der gebuchten Kampagnenwerbung für den Auftraggeber nicht zumutbar sein, wird der Auftragnehmer gleichwertige Ersatzflächen anbieten. Hinsichtlich der Kostentragung für eine etwaige Neuanbringung gilt Ziffer 8.11 entsprechend. Ist eine Neuanbringung an gleichwertigen Ersatzflächen nicht möglich, ist der Auftraggeber berechtigt, den Vertrag mit Wirkung zum Tag der

Änderung des Einsatzortes zu kündigen. Die Verpflichtung des Auftraggebers zur Neutralisierung des Fahrzeugs bleibt hiervon unberührt.

8. Gerichtsstand

Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem Vertrag oder um seine Wirksamkeit ist, soweit gesetzlich zulässig, Meerbusch.

Stand: Juli 2021