

Allgemeine Geschäftsbedingungen

zwischen der

Glam Media GmbH

und dem Werbekunden

1. Geltung

Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste von Glam Media GmbH, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet, sowie technische Spezifikationen hinsichtlich der Werbemittel. Etwaige Sondervereinbarungen ergeben sich aus dem Werbeauftrag. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Werbekunden oder sonstiger Inserenten ist ausdrücklich ausgeschlossen, auch für den Fall, dass solche durch den Werbekunden übersandt wurden und Glam ihnen nicht widerspricht.

2. Definitionen

(1) „Werbekunden“ sind natürliche oder juristische Personen oder rechtsfähige Personengesellschaften, mit denen zum Zwecke der Online-Werbung für sie selbst oder für ihre Kunden in Geschäftsbeziehung getreten wird, und die in Ausübung einer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handeln. Werbekunden sind demnach auch Werbeagenturen oder Internet-Webagenturen.

(2) „Glam“ ist die Glam Media GmbH, die für den Werbekunden im eigenen Namen und für eigene Rechnung einen Vertrag über die Platzierung von online-Werbung auf der Website einer Website-Betreiberin abschließt.

(3) „Werbeauftrag“ ist der „Vertrag über Vermarktung und Partnernetzwerk“ oder ein anderer Vertrag, wie beispielsweise ein Kooperationsvertrag, über die Schaltung eines oder mehrerer Werbemittel oder eine Werbekampagne und Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Medien-, Informations- und

Kommunikationsdiensten, insbesondere im Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(4) Ein „Werbemittel“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a., aber nicht abschließend, Fullsize- und XXL Banner einschließlich Skyscraper, Content Ads und Rectangles, Buttons, Interstitials, Superstitials, LayerAds, TandemAds, Wallpaper, Pop-up Ads, Newsletterintegration, Klicktag-Implementierung, Direkt-mail, Videoclips, Video-Ads sämtlicher Formate (u.a. pre-rolls, post-rolls, etc.), internationale und nationale (Regio) Targeting-Kampagnen, redaktionellen Integrationen wie beispielsweise Advertorials, Berichterstattungen (beispielsweise Spokesbloggers-Program, Blogger-Event), Votings, Distributed Content Module (Verbindung von redaktionellen Integrationen und Banner-Ad-Formaten), Widgets (beispielsweise interaktive oder statische integrative Werbeflächen, die in Standardgrößen distribuiert wird), Reskins, Superskins, auf anderen Internet-Diensten wie bspw. Twitter basierenden Follower-Modulen oder tinker.com).

- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Werbekunden genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Werbekunden liegen (z.B. Link). Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, müssen nach Aufforderung von Glam vom Werbekunden als solche deutlich kenntlich gemacht werden.

Für die Schaltung von Werbemitteln kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderformate und Werbeformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch Glam möglich.

(5) „Kampagnenbeginn“ ist der Zeitpunkt der ersten Schaltung in dem gebuchten Werberaum.

3. Vertragsschluss

(1) Die Auftragserteilung bedarf der Schriftform. Der Werbeauftrag kommt mit der Zusendung per Post, aber auch per Fax oder per e-mail des seitens des Werbekunden unterschriebenen Werbeauftrags und durch Annahme des Auftrages von Glam durch schriftliche Auftragsbestätigung, e-mail oder durch die online erfolgende Verbreitung der Werbung zustande. Im Falle einer e-mail Zusendung muss eine Bestätigung durch Glam erfolgen.

(2) Der Vertragsschluss erfolgt zwischen dem Werbekunden und Glam Media GmbH, Kolosseumstr. 1, 80469 München.

(3) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Aufträge von Werbeagenturen oder – mittlern werden nur für namentlich bezeichnete oder identifizierte Werbetreibende angenommen. Glam ist berechtigt, von der Werbeagentur den Mandatsnachweis zu verlangen und sich den Status als Agentur nachweisen zu lassen (Handelsregisterauszug).

(4) Eine Auftragsänderung muss schriftlich erfolgen und muss in einer von Glam genehmen Form angenommen werden.

4. Vertragsgegenstand

Vertragsgegenstand ist die Einstellung und Ausstrahlung von Werbemitteln auf den dafür vorgesehenen Werbeträgern durch Glam gemäß dem Werbeauftragsformular, aus dem sich auch Sondervereinbarungen ergeben können.

5. Rechte und Pflichten des Werbekunden

(1) Der Werbekunde ist verpflichtet, die einzustellenden Werbemittel, wie in dem Werbeauftragsformular vorgegeben, rechtzeitig anzuliefern. Der Kunde hat das fehlerfreie Werbematerial mindestens fünf (5) Arbeitstage vor „online“ Freischaltung/Kampagnenbeginn an die e-mail Adresse: trafficDE@glam.com sowie an die e-mail Adresse des jeweiligen Verkaufsmitarbeiters von Glam anzuliefern. Sind die Dateien auf dem Server des Werbekunden oder eines Dritten gespeichert, teilt der Werbekunde unter Berücksichtigung der zuvor genannten Bedingungen die URL des zu schaltenden Werbemittels mit. Störungen, die aufgrund der Nichteinhaltung dieser Vorgaben auftreten, gehen ausschließlich zu Lasten des Werbekunden.

(2) Der Werbekunde darf den Schaltungszeitpunkt schriftlich verschieben. Die Verschiebung des vereinbarten Zeitpunktes ist nur bis zu fünf (5) Werktagen vor dem vereinbarten Kampagnenbeginn laut Auftrag möglich und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten, insbesondere solcher zu den entsprechenden Konditionen und Preisen laut Auftrag. Sollten keine Kapazitäten zu den Konditionen und Preisen laut Auftrag vorhanden sein, so gelten für den neuen Zeitpunkt und Kampagnenzeitraum die jeweils dann geltenden Konditionen und Preise für vorhandene Kapazitäten. Sollten keine Kapazitäten aufgrund der Verschiebung vorhanden sein, so kann der Werbekunde die Kampagne nach den Bestimmungen des Pkt. 11. stornieren und/oder in Abstimmung mit Glam auf einen anderen Zeitpunkt verschieben.

(3) Will der Werbekunde nach Ablauf der vorstehenden Fristen Werbemittel austauschen oder verändern oder von einem eventuell bestehenden Motivplan abweichen, wird Glam prüfen, ob diese Änderungen bzgl. des ursprünglich vereinbarten Schaltungstermins noch vorgenommen werden können. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

(4) Die Anzahl der gelieferten – oder durch Mitteilung der URL zur Verfügung gestellten - Werbemittel bzw. Motivtauschfragen, muss zur gebuchten Medialeistung (AdImpressions/Pageimpressions) in einem angemessenem Verhältnis unter Berücksichtigung der Branchenüblichkeit stehen; die Beurteilung der Verhältnismäßigkeit obliegt Glam. Glam wird den Werbekunden informieren, wenn und soweit eine Unverhältnismäßigkeit festzustellen ist.

(5) Für den Einsatz eines externen Ad-Servers gelten die Regelungen der gesondert mit Glam abzuschließenden Ad-Server – Vereinbarung.

(6) Der Werbekunde hält sich an die Internationalen Verhaltensregeln für die Werbepaxis von 1986 (ICC Regeln).

(7) Der Werbekunde ist für die Rechtmäßigkeit der gelieferten Inhalte verantwortlich, ebenso für solche Inhalte, auf die verlinkt wird. Der Werbekunde ist verpflichtet, seine Werbung so auszugestalten, dass sie nicht gegen Gesetz, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt. Weitere Vorgaben ergeben sich aus dem bestätigten Werbeauftrag.

a) Der Werbekunde wird insbesondere keine Inhalte liefern, anbieten, hierzu Zugang verschaffen oder für Inhalte werben, die gegen die Bestimmungen des Strafgesetzbuches, das Jugendschutzgesetz und den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) verstoßen.

Dies betrifft insbesondere Inhalte, die
aa) nach dem Jugendschutzgesetz für Kinder oder Jugendliche der jeweiligen Altersstufe nicht freigegeben sind oder die im Wesentlichen inhaltsgleich sind mit Angeboten, die nach dem Jugendschutzgesetz für Kinder oder Jugendliche der jeweiligen Altersstufe nicht freigegeben sind (§ 5 Abs. 1, 2 JMStV),

bb) Kinder oder Jugendliche in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung darstellen; dies gilt auch bei virtuellen Darstellungen (§ 4 Ziff. 9 JMStV),

cc) pornografisch sind und Gewalttätigkeiten, den sexuellen Missbrauch von Kindern oder

Jugendlichen oder sexuelle Handlungen von Menschen mit Tieren zum Gegenstand haben; dies gilt auch bei virtuellen Darstellungen (§ 4 Ziff. 10 JMStV), oder die

dd) offensichtlich geeignet sind, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen oder ihre Erziehung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit unter Berücksichtigung der besonderen Wirkungsform des Verbreitungsmediums schwer zu gefährden, (§ 4 Abs. 2 Ziff. 3 JMStV)

(8) Der Werbekunde hat digital übermittelte Unterlagen frei von Computerviren oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die grundsätzlich dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Bei Vorliegen von Schadensquellen auf einer übermittelten Datei wird Glam von dieser Datei keinen Gebrauch machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung oder -begrenzung erforderlich, löschen, ohne dass der Werbekunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Glam behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn ihm durch solche durch den Werbekunde infiltrierte Schadensquellen ein Schaden entstanden ist.

(9) Der Werbekunde ist verpflichtet, das eingestellte Werbemittel nach der ersten Ausstrahlung zu prüfen und Glam unverzüglich, spätestens innerhalb von 12 Stunden schriftlich (auch per e-mail) Änderungswünsche bekanntzugeben. Änderungswünsche, die auf Irrtum, Unterlassungen oder Fehlern von Glam beruhen, werden von Glam auf eigene Kosten behoben. In Bezug auf ungenügende Wiedergabequalität des Werbemittels gelten die Regelungen unter Abschnitt 9. Die Kosten für Änderungen, die zur Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen und anderen Regelungen notwendig sind, trägt der Kunde.

(10) Den Werbekunden trifft die Beweislast für sämtliche Anspruchsvoraussetzungen, insbesondere für den Mangel selbst, für den Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und für die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge.

(11) Der Werbekunde garantiert Glam, dass er alle erforderlichen Nutzungsrechte von Urheberrechtsinhabern und anderen Rechten am Werbeinhalt erworben hat und dass er frei über die Rechte verfügen kann, die erforderlich sind, um Glam sämtliche Rechte, welche im Rahmen dieses Vertragsverhältnisses eingeräumt werden, zu gewähren.

(12) Der Werbekunde räumt Glam sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich dem Internet, die erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank, Abruf aus dieser und Speicherung in einer Datenbank, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang, ein. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien. Darin enthalten ist das Werberecht als das Recht, die Werbung auch unentgeltlich durch Abdruck, Sendung und/oder sonstige Wiedergabe kurzer Bestandteil zum Zweck der Eigenwerbung zu verwenden, etwa im Rahmen eines Referenzarchivs oder für Präsentationen.

(13) Glam kann an den eingeräumten Rechten die für die vereinbarte Werbeschaltung erforderlichen Unterlizenzen in beliebiger Zahl einräumen, sowie die eingeräumten Rechte auf Dritte übertragen.

(14) Weiterhin ermächtigt der Werbekunde Glam, Werbeinformationen (wie z.B. Namen, Adressen, email-Adressen, demographische Daten, Interessen) in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsunternehmen weiterzuleiten. Ist der Werbekunde dazu nicht bereit, hat er dies Glam bei Vertragsschluss schriftlich mitzuteilen.

(15) Der Werbekunde stellt Glam im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere im Hinblick auf das veröffentlichte Werbemittel, entstehen können. Der Werbekunde erstattet alle

Schäden und Kosten einschließlich der Kosten für eine angemessene Rechtsverteidigung, die Glam erleidet wegen Ansprüchen, die von Dritten gegen Glam oder ihre Vertragspartner, wie z.B. Website Betreiber erhoben werden wegen einer tatsächlichen oder angeblichen Verletzung ihrer Schutz- oder Nutzungsrechte oder wegen einer Werbung, die gegen andere Gesetze oder Verordnungen verstößt. Der Werbekunde ist verpflichtet, Glam nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Die Geltendmachung weiterer Ansprüche bleibt vorbehalten.

(16) Der Werbekunde ist im Falle der Buchung einer nationalen oder internationalen (Regio) Targeting-Kampagne nicht berechtigt, den Internet-Nutzer, welcher die Kampagne angezeigt bekommt, nach den bei Glam gebuchten Kriterien zu identifizieren und diese Identifizierung zu speichern, für eigene oder fremde Zwecke zu nutzen oder an Dritte weiterzugeben. Eine Targeting-Kampagne ist eine zielgerichtete, nach gewissen Kriterien wie z.B. Postleitzahl, Bandbreite, Verhalten/Behavior/Interessen usw. auszuliefernde Kampagne.

(17) Bei Kampagnen zur Sammlung von e-mail Adressen oder anderen persönlichen Daten (Leads) ist der Werbekunde alleiniger Verwalter der Datenbank und der von Glam gesammelten persönlichen Daten. Der Werbekunde ist daher allein verantwortlich für die Verwaltung und Behandlung der so gesammelten persönlichen Daten. Wenn nicht im Auftrag anders vorgesehen, gehören die Datenbank und die von Glam gesammelten persönlichen Daten dem Werbekunden und Glam gemeinsam und jeder von ihnen kann alleine darüber verfügen unter alleiniger Verantwortung. In Zusammenhang mit vorstehendem Satz hat der Werbekunde, nach Aufforderung durch Glam, die Daten an Glam in einem üblichen Format herauszugeben.

(18) Bei Kampagnen zur Sammlung von von Leads (Lead-Kampagnen) wird der Werbekunde Glam für jedes in der Kampagne eingesetzte Werbemittel einen gesonderten Link zur Nachverfolgung zu übermitteln, und sicherstellen, dass die Quelle der Lead-Generierung eindeutig erkennbar ist und von Glam nachvollzogen werden kann. Bei solchen Lead-Kampagnen hat der Werbekunde Glam täglich ein nachvollziehbares Reporting hinsichtlich der Anzahl der generierten Leads und der Quelle der Lead-Generierung zu übermitteln.

(19) Wenn Werbeaufträge nicht oder nicht angemessen durchgeführt werden können, weil Produktionsunterlagen, Werbemittel, etc. seitens des Werbekunden und/oder seiner Erfüllungsgehilfen nicht rechtzeitig, mangelhaft oder falsch gekennzeichnet abgeliefert wurden, wird der gesamte Auftragspreis dennoch fällig. Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbemittel und auch deren Auslieferung unverzüglich nach Kampagnenbeginn zu prüfen und etwaige Fehler innerhalb der ersten 3 Werktage nach Kampagnenbeginn zu reklamieren; bei nachträglicher Reklamation trägt der Werbekunde sämtliche Kosten etwaiger vom Werbekunden gewünschter Änderungen, Kampagnenoptimierungen, etc.

6. Rechte und Pflichten von Glam

(1) Glam wird rechtmäßige sowie den dem Werbekunden übermittelten Vorgaben entsprechende Werbemitteln in den Werberaum einstellen sowie ausstrahlen, wie im Einzelnen in dem durch Glam bestätigten Werbeauftrag und/oder einer Sondervereinbarung geregelt.

Glam ist berechtigt, die Werbemittel erforderlichenfalls hinsichtlich ihrer Art und Anbringung zu bearbeiten.

(2) Glam behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Werbemittel im Rahmen einer Werbekampagne - wegen des Inhalts, der Herkunft oder aus technischen Gründen abzulehnen. Eine Ablehnung erfolgt insbesondere dann, wenn die Werbemittel nicht den Vorgaben dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie dem bestätigten Werbeauftragsformular oder

etwaiger Sondervereinbarungen entsprechen und/oder die Veröffentlichung für Glam unzumutbar ist. Des Weiteren sofern der Inhalt des Werbeauftrags/

Werbemittels vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde. Die Ablehnung des Auftrags wird dem Werbekunden mitgeteilt. Sofern der Werbekunde Glam nachweislich rechtmäßige Ersatzwerbemittel unverzüglich zur Verfügung stellt, werden diese eingestellt werden. Im Übrigen besteht kein Anspruch auf Ersatz.

Auf Rückfrage des Werbekunden erteilt Glam Auskunft über die Ablehnungsgründe. Kann der Kunde keine neue Werbung vorlegen, auf die keine Ablehnungsgründe zutreffen, kann der Kunde Erstattung geleisteter Zahlungen *pro rata temporis* verlangen, abzüglich bis dahin angefallener angemessener Kosten von Glam.

(3) Glam ist auch nach erfolgter Veröffentlichung zur Löschung oder Sperrung mangelhafter und insbesondere rechtswidriger Inhalte (Abschnitt 5, Abs. 7 ff.) berechtigt. Der Werbekunde ist verpflichtet, im Rahmen der erforderlichen und zumutbaren technischen Möglichkeiten, den Zugang zu solchen Inhalten zu sperren, die Glam als mangelhaft und insbesondere als rechtswidrig zurückweist. Dies gilt insbesondere, wenn Glam selbst eine solche Sperrung nicht möglich ist.

Sofern der Werbekunde nachweislich rechtmäßige bzw. mangelfreie Inhalte als Ersatz liefert oder sofern auf die bemängelten Inhalte von den Seiten des jeweiligen Werbeträgers verlinkt war, nachweist, dass auf keine mangelhaften bzw. unrechtmäßigen Inhalte mehr verlinkt wird, wird Glam die Ersatzinhalte in den Werbeträger einstellen bzw. die Sperrung aufheben.

(4) Die Vorgaben aus Abschnitt 5 und Abschnitt 6 gelten auch für den Fall, dass der Werbekunde nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder solche Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, wenn das Werbemittel hiernach eine Voraussetzung für dessen Ablehnung bzw. Sperrung oder Löschung i.S.d. von Abschnitt 6 (2) und (3) erfüllt.

(5) Glam ist ferner berechtigt, ein Werbemittel – sei es bereits veröffentlicht oder nicht – auch nachträglich noch zurückzuziehen bzw. seine Schaltung abzulehnen, wenn der Vermarktungspartner, auf dessen Webpage die Schaltung erfolgt ist bzw. erfolgen soll, der Veröffentlichung gegenüber Glam widerspricht. In diesem Fall hat Glam keinen Anspruch auf Vergütung und der Kunde ist berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten. Weitere Ansprüche des Werbekunden, insbesondere auf Schadensersatz, bestehen nicht.

(6) Die Rechtmäßigkeit des Werbemittels ist grundsätzlich nach deutschem Recht zu bestimmen. Ergeben sich jedoch aus den Inhalten, insbesondere wegen ihrer Sprache, oder aus den Bereich des Dienstes, für den die Inhalte vertraglich bestimmt sind, insbesondere bei Bestimmung für andere Staaten, Anhaltspunkte dafür, dass die Inhalte auch den Bestimmungen einer anderen Rechtsordnung unterliegen, bestimmt sich die Rechtmäßigkeit auch nach diesen Kriterien.

(7) Glam ermöglicht dem Werbekunden, im Rahmen der technischen Möglichkeiten, während der Dauer der Werbekampagne Zugriff auf die Kampagnendaten.

(8) Im Falle einer durch Glam verschuldeten mangelhaften Lieferung wird Glam, soweit möglich und angemessen, eine Nachlieferung entsprechend der mit dem Werbekunden vereinbarten Ad-Impressions vornehmen. In diesem Fall bleiben die Werbemittel weiterhin online. Die Nachlieferung wird - vorbehaltlich etwaiger schriftlicher Sondervereinbarungen - grundsätzlich im Anschluss an den Werbeauftrag abgewickelt.

7. Zahlungsbedingungen

(1) Es gelten die im Werbeauftrag vereinbarten Preise, andernfalls gelten die offiziellen Preislisten von Glam in der jeweils aktuellen Fassung. Änderungen der Preisliste bleiben vorbehalten.

(2) Rechnungen basieren auf dem Bericht des Glam Account Managers. Beanstandungen muss der Kunde schriftlich innerhalb von sieben Tagen nach Erhalt des Berichtes erheben. Nach Ablauf der Frist ohne schriftliche Beanstandung ist der

Bericht endgültig und verbindlich für beide Parteien.

(3) Bei Kampagnen mit weitergeleitetem Inhalt können Unterschiede in den gezählten Aufrufen oder Klicks zwischen dem Ad-Server von Glam und dem Ad-serving-System des Kunden auftreten. Entsprechend dem Industriestandard sind Differenzen von bis zu 15 Prozent kein Grund für Beanstandungen. Bei höherer Differenz wird Glam den Grund der Differenz sorgfältig untersuchen und dem Kunden berichten. Der Kunde muss daher Glam den vorbehaltlosen Zugang zu dem eigenen Ad-serving System für die spezifische Kampagne ermöglichen. Im Falle der Verweigerung des Zugangs gilt der Bericht von Glam als endgültig und verbindlich für die Parteien. Die Ergebnisse in dem Bericht an den Kunden sollen deutlich herausstellen, welche Systemzahlen zuverlässiger sind und warum. Die so als gültig nachgewiesenen Zahlen sind für die Rechnungsstellung maßgeblich.

(4) Rabatte bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Wird ein Werbeauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die Glam nicht zu vertreten hat, so hat der Werbekunde Glam, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem bereits gewährten Rabatt und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten.

(5) Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit ihren Kunden an die Preislisten von Glam zu halten. Etwaige Sondervereinbarungen ergeben sich aus dem bestätigten Werbeauftrag.

(6) Sind Abschlagszahlungen eines Werbekunden nicht eindeutig einer bestimmten Rechnung zuzuordnen, wird die Leistung im Zweifel auf die zeitlich älteste noch offene Rechnung erbracht, die dem Werbekunden gestellt wurde.

(7) Die Werbeaufträge werden Kampagnenende in Rechnung gestellt und sind sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse fällig und sind auf das von Glam angegebene Konto zu zahlen. Bei Vorauszahlung des Gesamtrechnungsbetrages, der bis zum Beginn der Werbekampagne bei der Glam eingeht, gewährt diese 2% Skonto, sofern ältere Rechnungen nicht überfällig sind.

8. Zahlungsverzug und Aufrechnung

(1) Verzugszinsen werden grundsätzlich in Höhe von 8% über dem jeweils gültigen Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank berechnet. Die Geltendmachung eines höheren Zinssatzes bleibt vorbehalten.

(2) Glam ist bei Zahlungsverzug berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen.

(3) Glam kann die ihr obliegende Leistung verweigern, wenn nach Abschluss des Vertrages erkennbar wird, dass ihr Anspruch auf die Gegenleistung durch mangelnde Leistungsfähigkeit des Werbekundens gefährdet wird, soweit nicht die Gegenleistung bewirkt oder Sicherheit für sie geleistet wird.

(4) Der Werbekunde ist nur dann zur Aufrechnung berechtigt, wenn sein Gegenanspruch von Glam schriftlich anerkannt oder rechtskräftig festgestellt wurde.

9. Gewährleistung durch Glam

(1) Glam gewährleistet eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Werbekunde Anspruch auf Nachbesserung oder Schaltung einer einwandfreien Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Umfange, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Ist eine Ersatzplatzierung wegen unverhältnismäßiger Kosten oder aus anderen Gründen nicht möglich oder nicht zumutbar hat der Werbekunde ein Recht auf Herabsetzung der Vergütung (Minderung), Ersatz des unmittelbaren Schadens oder Rücktritt.

Unbedeutende oder geringfügige Mängel, die den Zweck des Werbemittels nicht wesentlich beeinträchtigen, berechtigen den Kunden nicht zu einer Preisreduzierung, einer Ersatzplatzierung der Werbung, einer Erstattung oder einer Gutschrift.

(3) Sind etwaige Mängel der Werbemittel für Glam nicht offenkundig, so hat der Werbekunde bei entsprechend mangelhafter Veröffentlichung

keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Werbekunde nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

Offensichtliche Mängel hat der Werbekunde binnen einer Frist von 3 Werktagen nach erster Veröffentlichung schriftlich (auch per e-Mail) anzuzeigen, danach ist die Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen ausgeschlossen. Bei späteren Beanstandungen haftet Glam insbesondere nicht für die durch Zeitverzögerung entstandenen oder vergrößerten Schäden. Den Werbekunden trifft die Beweislast für sämtliche Anspruchsvoraussetzungen, insbesondere für den Mangel selbst, für den Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und für die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge.

(4) Fällt die Durchführung eines gesamten Auftrags aus Gründen aus, die Glam nicht zu vertreten hat (softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Werbekunden zumutbarer Frist nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch von Glam bestehen.

Ist die Nachholung im Rahmen der gesetzten Frist nicht möglich, kann der Werbekunde vom Vertrag zurücktreten bzw. Ersatz des unmittelbaren Schadens verlangen.

(5) Glam ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr und/oder die Haftung.

(6) Garantien im Rechtssinne werden nicht gewährt.

10. Haftung

(1) Für schadensverursachende Ereignisse, die auf Übertragungswegen des Telekommunikationsproviders oder in einer Vermittlungseinrichtung des Telekommunikationsproviders eingetreten sind, haftet Glam / der Vertragspartner dem Werbekunden nur insoweit, als der Telekommunikationsprovider nach den Bestimmungen des Telekommunikationsgesetzes oder der Telekommunikations-Kundenschutzverordnung in der jeweils geltenden Fassung gegenüber Glam haftet.

(2) Bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen des gesetzlichen Vertreters, eines Angestellten oder Erfüllungsgehilfen ist die Haftung von Glam auf den typischerweise vorhersehbaren unmittelbaren Schaden begrenzt. Soweit Glam zum Schadensersatz verpflichtet ist, hat Glam den Werbekunden so zu stellen, als ob der Vertrag nicht geschlossen worden wäre (sog. neg. Interesse). Schadensersatz wegen Nichterfüllung ist ausgeschlossen. Glam haftet in diesem Fall höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die Glam für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

(3) Voranstehende Haftungseinschränkungen gelten nicht für Fälle von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

11. Laufzeit und Stornierungen

(1) Der Vertrag tritt mit der Unterzeichnung des Auftrags und dessen Bestätigung in Kraft und endet mit Ablauf der Schaltperiode, ohne dass es einer weiteren Kündigung bedarf.

(2) Bei Kündigungen von Festbuchungen (feste Platzierungen ohne Rotation) wird der Preis für den gesamten Buchungszeitraum, abzüglich ersparter Aufwendungen, berechnet.

(3) Jede Partei kann den Werbeauftrag fristlos kündigen, wenn eine wesentliche Vertragsverletzung der anderen Partei nicht innerhalb von 30 Tagen beseitigt wird, sowie, wenn die andere Partei zahlungsunfähig wird oder Insolvenzantrag stellt.

(4) Die Stornierung eines Auftrages, der keine Festbuchung iSd (2) darstellt, ist bis 10 Werktage vor Kampagnenbeginn kostenlos möglich. Eine Stornierung nach Ablauf von 50% der Kampagnenlaufzeit lässt den vollen Buchungspreis entstehen. In allen anderen Fällen wird eine generelle Handlungspauschale i.H.v. 10% des Netto-Buchungsvolumens zuzüglich dem bis zum Stornierungszeitpunkt ermittelten Schaltvolumen auf der Basis des Auftrages erhoben.

(4) Die Kündigung oder die Stornierung von Werbeaufträgen hat schriftlich zu erfolgen.

12. Datenschutz

(1) Der Werbekunde wird gemäß Teledienstedatenschutzgesetz (TDDSG), Mediendienstestaatsvertrag (MDSStV), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen von Glam, insbesondere die der Auftragserteilung und –bearbeitung angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der Werbekunde dieses angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.

(2) Glam ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des Werbekunden bzw. des Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und –bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um dem Werbekunden die Schaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen von Glam zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Ferner ist Glam berechtigt, auf diese zur Erhaltung seiner Betriebsfähigkeit zurückzugreifen. Glam gewährleistet die vertrauliche Behandlung dieser Daten.

(3) Der Werbekunde kann jederzeit die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten, unentgeltlich bei Glam einsehen. Dazu kann der Werbekunde schriftliche eine Anfrage an Glam stellen.

(4) Glam verpflichtet sich seinerseits, im Rahmen des TDDSG, MDSStV, BDSG sowie sonstiger Datenschutz-bestimmungen, die ihm aus dem Nutzungsverhältnis bekannt werdenden Daten des Werbekunden vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke dieser AGB zu verwenden, das Datengeheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist.

(5) Um feststellen zu können, inwiefern das Angebot für die Werbekunden von Interesse ist und verbessert werden kann, werden allgemeine, nicht-personenbezogene, insbesondere statistische Daten über die Nutzung der Online-Leistungen von Glam festgehalten. Dazu werden Umfragen durchgeführt und Daten und Informationen aus Server-Protokolldateien auf ganzheitlicher Basis zusammengefasst und für Statistiken und Analysen genutzt.

(6) Im Bemühen, das Angebot noch effektiver zu gestalten, ist der Werbekunde damit einverstanden dass Glam als Teilnehmer bei Marktforschungsvorhaben Bruttowerbe-umsätze des Auftraggebers auf Produktebene an die durchführende Unternehmung zur Veröffentlichung übermittelt, sofern diese die ausschließliche Verwendung der Daten zu werbestatistischen Zwecken garantiert.

13. Schlussbestimmungen

(1) Glam ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern. Glam wird seine Kunden rechtzeitig, d.h. mindestens 1 Monat vorher, über die Änderung unterrichten.

(2) Alle Änderungen oder Ergänzungen des Vertrages, einschließlich Zusatzvereinbarungen und Änderungen der Bedingungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform. Änderungen gelten als vom Werbekunden genehmigt, sofern dieser nicht binnen 1 Monats ab Mitteilung schriftlich widerspricht.

(3) Werbeaufträge werden unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

(4) Pressemitteilungen bezüglich des Werbeauftrages sowie der Zusammenarbeit von

Glam und des Werbekunders im Allgemeinen sind vor Veröffentlichung mit Glam abzustimmen.

(5) Eine Übertragung von Rechten und Pflichten aus diesem Vertrag auf einen Dritten ist dem Werbekunden nur nach vorheriger ausdrücklicher Zustimmung durch Glam gestattet. Letztere darf nicht unbillig verweigert werden.

(6) Glam ist berechtigt, die Rechte und Verpflichtungen aus diesem Vertrag insgesamt (Vertragsübernahme) oder einzeln jedem beliebigen mit Glam im Sinne von § 15 ff. AktG verbundenen Unternehmen zu übertragen. Der Werbekunde stimmt bereits jetzt einer entsprechenden Erklärung durch ein mit Glam verbundenem Unternehmen zu.

(7) Geheimhaltung

a) Glam und der Werbekunde (gemeinsam „Vertragspartner“) verpflichten sich, während der Laufzeit des Werbeauftrages und fünf Jahre danach alle von dem offen legenden Vertragspartner schriftlich oder mündlich als „vertraulich“ gekennzeichneten bzw. bezeichneten oder als vertraulich vorausgesetzten Dokumente, Informationen und Daten, die ihnen aufgrund der Zusammenarbeit zugänglich gemacht wurden bzw. zur Kenntnis gelangt sind (im Folgenden: „Vertrauliche Informationen“), geheim zu halten. Dies gilt auch für das Auftragsformular, aber nicht für diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Vertragspartner verpflichten sich, die Vertraulichen Informationen des anderen Vertragspartners ebenso zu schützen wie eigene vertrauliche Informationen, mindestens jedoch mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns. Die zeitliche Begrenzung der Geheimhaltungsverpflichtung gilt nicht, soweit personenbezogene Daten betroffen sind.

b) Die vorstehende Geheimhaltungsverpflichtung gilt auch zugunsten und zu Lasten der Glam Media GmbH.

(9) Bei Unwirksamkeit einzelner Klauseln dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bzw. des Vertrages mit dem Werbekunden wird die Gültigkeit der übrigen Regelungen hiervon nicht berührt. Die ganz oder teilweise unwirksame Regelung soll durch eine solche ersetzt werden, deren wirtschaftlicher Erfolg dem der unwirksamen und der Intention der Parteien möglichst nahe kommt.

(10) Erfüllungsort ist München.

(11) Ausschließlicher Gerichtsstand ist, sofern der Werbekunde Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, oder keinen allgemeinen Gerichtsstand hat, München. Es gilt, mit Ausnahme von Abschnitt 6, Abs. 6, ausschließlich deutsches Recht.

September 2009