

1. Werbeauftrag: (1) „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel eines Werbung treibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend „Auftraggeber“) in Online-Medien (einschließlich Informations- und Kommunikationsdiensten wie z. B. Newsletters), insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des von der Herausgebergemeinschaft WERTPAPIER-MITTEILUNGEN Keppler, Lehmann GmbH & Co. KG (nachfolgend „Anbieter“) angebotenen Finanzportals www.boersen-zeitung.de, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

2. Werbemittel: (1) 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. Banner),
- > aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z. B. Link).

(2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsabschluss: (1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags durch den Anbieter zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.

(2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Anbieter ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

4. Platzierung: (1) Werbeaufträge sind – wenn nichts anderes vereinbart wurde – zur sofortigen Verbreitung bestimmt. Bei Vereinbarung eines Rechts zum Abruf mehrerer Werbeschaltungen ist der Abschluss innerhalb eines Jahres nach Schaltung der ersten Werbung abzuwickeln.

(2) Der Anbieter wird das vom Auftraggeber zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Online-Werbung für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten AdImpressions (Aufrufe der Werbung) oder der vertraglich vereinbarten AdClicks (Anklicken der veröffentlichten Werbemaßnahmen) auf der vertraglich festgelegten Webseite platzieren. Soweit technisch möglich erfolgt die Zählung der während der Kampagne ausgelieferten AdImpressions und/oder AdClicks durch den Anbieter. Er wird dem Auftraggeber in einem durch den Anbieter vorgegebenen Format über die Ergebnisse berichten. Ist die Zählung durch den Anbieter technisch nicht möglich – z. B. wenn das Werbemittel durch den Auftraggeber (Fremd-Tag) dauerhaft bereitgestellt wird –, nicht ausreichend oder wird dies besonders vereinbart erfolgt diese Zählung durch den Auftraggeber, der dem Anbieter in dessen Format über die Ergebnisse berichten wird. Stehen sowohl Anbieter als auch Auftraggeber technisch nachvollziehbare Zählergebnisse vor und weichen diese nicht willkürlich voneinander ab, gilt der Mittelwert als maßgeblich.

Sollten die vertraglich vereinbarten AdImpressions oder AdClicks schon vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit erreicht werden, werden sich die Parteien über eine Erhöhung der vereinbarten Vergütung oder eine vorzeitige Beendigung der Laufzeit einigen. Der Auftraggeber hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Online-Werbung an einer bestimmten Position der jeweiligen Webseite sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Webseite. Die Platzierung erfolgt im Regelfall auf den vom Anbieter für die Werbung vorgesehenen Flächen. Eine Umplatzierung der Online-Werbung innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Online-Werbung ausgeübt wird.

5. Abwicklungsfrist: Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

6. Auftragsweiterung: Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 5 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

7. Nachlasserstattung: (1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

(2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

8. Datenanlieferung: (1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Anbieters entsprechende Werbemittel rechtzeitig und vollständig vor Schaltungsbeginn anzuliefern sowie sicherzustellen, dass durch die Werbemittel keine Gefahren ausgehen, etwa durch Viren oder sonstige technische Probleme. Sollten dem Anbieter aus der Verwendung der vom Auftraggeber überlassenen Werbemittel Schäden entstehen, hat der Auftraggeber für diese einzutreten. Bei verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung kann keine Gewähr für die ordnungsgemäße Werbeschaltung übernommen werden.

(2) Die Vorlagen müssen, falls sie nicht vom Anbieter erstellt werden, per E-Mail als Bilddateien, die die vorgegebenen Pixel-Formate aufweisen, geliefert werden. Der Auftraggeber wird baldmöglichst und unter Angabe von

Gründen benachrichtigt, wenn entdeckt wird, dass Werbemitteldaten und -materialien unbrauchbar sind und sonst nicht den vertraglichen Vorgaben entsprechen. Der Auftraggeber trägt das Risiko bei der Übermittlung von Werbemitteldaten und -materialien. Die Werbemitteldaten und -materialien und sonstige Informationen sind ausschließlich an folgende Adresse zu richten:

Herausgebergemeinschaft WERTPAPIER-MITTEILUNGEN Keppler, Lehmann GmbH & Co. KG, Börsen-Zeitung, Anzeigendisposition, Düsseldorfstraße 16, 60329 Frankfurt am Main oder per E-Mail an anzeigen@boersen-zeitung.de

(3) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

(4) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

9. Chiffrewerbung: Chiffrewerbung ist ausgeschlossen

10. Ablehnungsbefugnis: (1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses 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 Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

11. Rechte-Gewährleistung des Auftraggebers: (1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner stellt er den Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, 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. 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.

12. Gewährleistung des Anbieters: (1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch 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 Darstellungssoftware und/oder Hardware (z. B. Browser) oder
- > durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- > durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens
- > durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- > durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitbegrenzten Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(2) Der Auftraggeber hat unverzüglich zu überprüfen, ob die Werbeschaltung in der im Vertrag vorgesehenen Weise veröffentlicht wurde, und etwaige Mängel zu rügen. Bei beiderseitigen Handelsgeschäften beträgt die Rügefrist zwei Wochen. Bei Auftraggebern, die Nichtkaufleute sind, beträgt die Rügefrist 6 Monate. Das Unterlassen der Mängelrüge gilt als Genehmigung der Schaltung der Werbung.

(3) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlagern oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(4) 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 der Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

13. Leistungsstörungen: Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa 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 Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

14. Haftung: (1) Schadensersatzanspruch des Auftraggebers gegen den Anbieter sowie dessen Mitarbeiter, Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen sind ausgeschlossen, soweit der Schaden nicht vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurde. Dies gilt nicht im Falle zugesicherter Eigenschaften oder der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. Im Falle der leicht fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist der Schadensersatz auf den unmittelbaren Schaden begrenzt, dessen Eintritt bei Abschluss des Vertrages typischerweise vorhersehbar war. Eine Haftung für sonstige Schäden ist ausgeschlossen.

(2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Mitarbeiters, Erfüllungs- oder Ver-

richtungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Die gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

(3) Der Auftraggeber haftet für den Inhalt, die Herkunft und die technische Form der Werbung. Der Anbieter schuldet keine Überprüfung der überlassenen Werbemittel und Information auf rechtswidrige Inhalte.

15. Preisliste: (1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internetaustritt der Börsen-Zeitung gesondert veröffentlichte Preisliste und die hierin festgelegten Zahlungsbedingungen. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

(2) Umsatzsteuer ist in den Preisen nicht enthalten; sie wird in der gesetzlich geltenden Höhe zusätzlich und gesondert in Rechnung gestellt. Der Grundpreis ist die Vergütung für die Schaltung der Werbung. Er enthält keine Produktionskosten oder sonstigen Kosten. Diese werden, soweit sie anfallen, gesondert berechnet und gehen in jedem Fall zu Lasten des Auftraggebers. Die Weiterverwendung der vom Anbieter erbrachten Leistungen – insbesondere im Hinblick auf die Erstellung von Grafiken – außerhalb der über den Anbieter gebuchten Platzierung bedarf der ausdrücklichen und schriftlichen Genehmigung des Anbieters.

(3) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Die in der Preisliste aufgeführten Nachlässe werden auf die Gesamtrichtungssumme für ausgestrahlte Werbung innerhalb eines Kalenderjahres gewährt. Rabatantgaben im Rahmen der Auftragsabwicklung auf maschinell erstellten Belegen sind daher nur als vorläufig zu betrachten. Gesellschaften, an denen eine Mehrheitsbeteiligung besteht, können in die Berechnung des Abschlusses einbezogen werden.

(4) Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Anbieters zu halten. Aufträge, für die ein Nachlass gewährt wird, können nur zugunsten ein und derselben juristischen oder natürlichen Person abgeschlossen werden.

(5) Der Anbieter liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbeschaltungsbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Erklärung des Anbieters über die Veröffentlichung.

16. Zahlungsverzug: (1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet.

Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

(3) Wir behalten uns vor, unter den gesetzlichen Voraussetzungen mit Gegenforderungen des Auftraggebers aufzurechnen. Wir sind darüber hinaus berechtigt, mit allen eigenen Forderungen sowie den Forderungen verbundener Unternehmen gegen Forderungen des Auftraggebers und Gegenforderung mit dem Auftraggeber verbundene Unternehmen aufzurechnen.

(4) Zudem ist im Falle des Zahlungsverzugs oder der Vermögensverschlechterung auch eine Verrechnung von Forderungen mit unterschiedlichen Fälligkeitszeitpunkten zulässig. Eine Aufrechnung oder Verrechnung ist in den vorgenannten Fällen auch dann zulässig, wenn eine andere Leistung erfüllungshalber vereinbart wurde.

17. Stornierung von Aufträgen: Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per E-Mail beim Anbieter eingehen. Bei einer Stornierung bis mindestens zehn Werktagen vor Schaltungsbeginn entstehen dem Auftraggeber keine Kosten. Eingehende Stornierungen innerhalb von zehn Werktagen vor Schaltungsbeginn werden pauschal mit einer Bearbeitungsgebühr von 25% des Bruttobuchungsvolumens des jeweiligen Auftrages berechnet. Auch bei bereits angelaufenen Banner- bzw. Werbeschaltungen ist ein Stopp der Kampagne möglich. Der Auftraggeber zahlt dann den vollen Betrag des Bruttobuchungsvolumens. Diese Fristen sind separat auf jede gebuchte Kalenderwoche anzuwenden.

18. Informationspflichten des Anbieters: Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, sofern technisch möglich, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags die Zahl der Pageimpressions für den Auftraggeber zum Abruf bereitzustellen.

19. Datenschutz: (1) Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

(2) Der Anbieter ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene anonymisiert zur Veröffentlichung an Unternehmen, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen, weiterzuleiten. Diese Daten werden seitens des/der Unternehmen aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

20. Sonstiges/Erfüllungsort/Gerichtsstand: (1) Änderungen und Ergänzungen zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für eine Vereinbarung, durch die das Schriftformerfordernis aufgehoben oder beseitigt werden soll.

(2) Leistungs- und Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.

(3) Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt ausschließlich deutsches Recht.

(4) Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nichtkaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

21. Hinweis gem. Verbraucherstreitbeilegungsgesetz – VSBG: Die Europäische Kommission stellt unter <http://ec.europa.eu/consumers/odr/> eine Plattform zur außergerichtlichen Online-Streitbeilegung (sog. OS-Plattform) bereit. Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren von einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet.