

## Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) der Stiftung Naturschutz Berlin für Werbemittel in einer Druckschrift und im Bereich der Onlinewerbung (Stand 01.10.2015)

### 1. Werbeauftrag

1. „Werbefauftrag“ im Sinne der vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ist der Vertrag zwischen der Stiftung Naturschutz Berlin (nachfolgend als Herausgeber bezeichnet) und Werbungtreibenden und sonstigen Inserenten (nachfolgend als Auftraggeber bezeichnet) über die Veröffentlichung bzw. Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen in Druckschriften oder anderen Informations- und Kommunikationsdiensten insbesondere Internetangeboten des Herausgebers (nachfolgend insgesamt als „Kampagne“ bezeichnet) zum Zweck der Verbreitung.
2. Für den Werbefauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden AGB, die bei Vertragsschluss für das betreffende Medium gültige Preisliste des Herausgebers sowie die technischen Anforderungen und Vorgaben. Der Herausgeber behält sich dabei das Recht vor, von den in der Preisliste vorgesehenen Formaten geringfügig abzuweichen, ohne dass es einer neuen Preisliste bedarf. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.
3. Die Stiftung Naturschutz Berlin ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern.

### 2. Werbemittel

1. Ein Werbemittel im Sinne dieser AGB kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
  - aus einem Bild, Text, Bewegtbildern,
  - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken der Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Onlineadresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen.
2. Werbemittel, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Kampagne erkennbar sind, werden als solche vom Herausgeber als Werbung kenntlich gemacht. Hierzu zählt insbesondere die Möglichkeit, die Werbemittel bzw. Kampagne

mit dem Wort „Anzeige“ zu kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich abzusetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

### 3. Vertragsschluss

1. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande.
2. Stornierungen für Werbefaufträge in Printprodukten sind dem Herausgeber spätestens bis zwei Wochen vor Anzeigenschluss in Schriftform mitzuteilen.
3. Stornierungen für Werbefaufträge in Onlinemedien sind dem Herausgeber spätestens bis 8 Werktagen vor Veröffentlichung in Schriftform mitzuteilen.

### 4. Ablehnungsbefugnis

1. Der Herausgeber behält sich vor, Werbemittel- und Beilagenaufträge der Kampagne wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Herausgebers abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Herausgeber unzumutbar ist oder gegen den Stiftungszweck des Herausgebers verstößt. Dies gilt auch für Aufträge, die bei der Geschäftsstelle oder bei Vertretern aufgegeben werden.
2. Beilagenaufträge sind für den Herausgeber erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Druckschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

### 5. Platzierung

1. Aufträge für Kampagnen und Fremdbeilagen, die ausschließlich an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei dem Herausgeber eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Redaktionsschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
2. Für die Aufnahme von Kampagnen an bestimmten Plätzen einer Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Auftragsgültigkeit ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.
3. Der Herausgeber wird das vom Auftraggeber zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material einer Onlinekampagne für die vertraglich vereinbarte Dauer auf der vertraglich festgelegten Internetseite platzieren. Der Auftraggeber hat entsprechend der vertraglichen Vereinbarung Anspruch auf eine Platzierung der Onlinekampagne an einer bestimmten Position der jeweiligen Internetseite.
4. Ein Recht auf Konkurrenzausschluss wird nicht gewährt.

### 6. Haftung und Gewährleistung des Auftraggebers

1. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Unterlagen und Daten zur Schaltung der Kampagne ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Unterlagen bzw. Daten fordert der Herausgeber unverzüglich Ersatz an. Bei der Anlieferung von digitalen Unterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Herausgebers entsprechende Vorlagen für die Kampagne rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.
2. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erheb-

liche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

- Die Urheberrechte an vom Auftraggeber gewünschten und vom Herausgeber gegen Entwurfskostenbeteiligung erstellten Anzeigenentwürfen und Texten, Signets und dergleichen bleiben beim Herausgeber.
- Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Kampagne (Bild und Text) erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Herausgeber frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Herausgeber von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Herausgeber nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Kampagne in Onlinemedien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung und Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang.

### 7. Haftung und Gewährleistung des Herausgebers

- Der Herausgeber gewährleistet nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung die für das jeweilige Werbemittel übliche Qualität im Rahmen der durch die vom Auftraggeber gelieferten digitalen Unterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe des Werbemittels zu ermöglichen. Die Gewährleistung gilt daher nicht für unwesentliche Fehler. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel der Kampagne liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er
  - durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungsoft- und/oder Hardware (z.B. Browser),
  - durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
  - durch sonstige technische Gründe, die der Herausgeber nicht zu vertreten hat, hervorgerufen wird.

- Ein Farbausschluss oder eine Farbgarantie können nicht gewährleistet werden.
- Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur im Ausmaß, in dem der Zweck der Kampagne beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzmaßnahme, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Stornierung des Auftrags.
- Beanstandungen können bei Onlinekampagnen nur innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Kampagne geltend gemacht werden.
- Beanstandungen können bei Printkampagnen nur innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung geltend gemacht werden.
- Sind etwaige Mängel bei den digitalen Vorlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- Fällt die Durchführung eines Werbeauftrags aus Gründen aus, die der Herausgeber nicht zu vertreten hat, 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 Herausgebers bestehen. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Herausgebers auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz.
- Bei nicht veröffentlichten oder nicht rechtzeitig veröffentlichten Kampagnen wird eine Veröffentlichung nach Möglichkeit in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nachgeholt. Ein Anspruch auf Schadensersatz besteht jedoch nicht.
- Aus einer Auflagenminderung der Druckschrift kann nur dann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste zugesicherte Auflage um 25 Prozent unterschritten wird. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Herausgeber dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage

so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Kampagne vom Vertrag zurücktreten konnte.

### 8. Zahlungsbedingungen

- Die Rechnungslegung erfolgt mit dem Erscheinungstermin. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen nach Eingang zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nicht gewährt.
- Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von mindestens 3 % über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet.
- Der Herausgeber liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Kampagnenbeleg.

### 9. Erfüllungsort und Gerichtsstand

- Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Berlin. Es gilt das deutsche Recht.
- Änderungen und Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.