

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Online-Werbung

## Produktkraft Vermarktung GmbH

Stand: Mai 2016

### 1. GELTUNGSBEREICH

- 1.1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „**AGB**“) gelten für alle gegenwärtigen und zukünftigen Geschäftsbeziehungen zwischen der Produktkraft Vermarktung GmbH, Neue Weyerstrasse 6, 50676 Köln (nachfolgend „**Produktkraft**“), und ihren Kunden bezüglich der Erbringung von Online-Marketingleistungen durch Produktkraft, es sei denn, der Kunde ist Verbraucher im Sinne von § 13 BGB.
- 1.2. Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden nicht anerkannt. Das gilt auch dann, wenn Produktkraft Leistungen in Kenntnis abweichender oder entgegenstehender Bedingungen des Kunden vorbehaltlos erbringt.
- 1.3. Im Einzelfall getroffene, individuelle Vereinbarungen mit dem Kunden haben in jedem Fall Vorrang vor diesen AGB, soweit der Inhalt der individuellen Absprachen schriftlich vereinbart wurde oder von Produktkraft in Schrift- oder in Textform (z. B. per E-Mail) bestätigt wurde.

### 2. LEISTUNGEN DER PRODUKTKRAFT

- 2.1. Produktkraft ist ein mit der Mediakraft Networks GmbH (nachfolgend „**Mediakraft**“) verbundenes Unternehmen. Mediakraft betreibt und vermarktet u. a. eigens produzierte oder von Dritten produzierte Channels mit audiovisuellen und anderen Inhalten (nachfolgend die „**Channel(s)**“) auf Online-Plattformen und Websites Dritter, wie z. B. YouTube, sowie auf eigenen Online-Plattformen und Websites und den mit diesen Plattformen oder Websites verbundenen Online-Diensten, mobilen Diensten und Applikationen (nachfolgend gemeinsam das „**Mediakraft-Netzwerk**“).
- 2.2. Produktkraft bietet den Kunden Inhalte und Werbeinventar auf Online-Plattformen, Websites, Applikationen, in Online-Diensten und mobilen Diensten der Betreiber in und außerhalb des Mediakraft-Netzwerks zum Zwecke der Bewerbung der Dienstleistungen und/oder Waren des Kunden an (diese Inhalte und Werbeinventar nachfolgend das „**Werbeinventar**“). Die Betreiber der jeweiligen Plattformen, Websites, Applikationen, Dienste und Angebote im Internet und in mobilen Netzen innerhalb und außerhalb des Mediakraft-Netzwerkes werden nachfolgend als „**Anbieter**“ bezeichnet.

### 3. SONDERREGELN FÜR MEDIA-AGENTUREN

- 3.1. Mit Media-Agenturen als Kunden schließt Produktkraft einen Vertrag nur dann ab, wenn der Werbekunde, für den die Media-Agentur die Online-Werbung bei Produktkraft bucht, namentlich benannt wird. Produktkraft ist berechtigt, von der Media-Agentur einen Nachweis über deren Beauftragung zu verlangen.
- 3.2. Als Sicherheit für die Vergütungsansprüche von Produktkraft tritt die Media-Agentur Produktkraft – jeweils mit Wirkung zum Abschluss des Auftrags – die Zahlungsansprüche gegen ihren Werbekunden ab. Die Abtretung ist hierbei der Höhe nach auf die im jeweiligen Auftrag vereinbarte Vergütung beschränkt. Zur Einziehung der sicherungshalber abgetretenen Forderung bleibt die Media-Agentur zunächst ermächtigt. Produktkraft verpflichtet sich, die Forderung nicht einzuziehen, solange die Media-Agentur nicht in Zahlungsverzug gerät und kein Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens über das Vermögen der Media-Agentur gestellt ist. Sobald einer dieser Umstände eintritt, hat die Media-Agentur auf Verlangen von Produktkraft alle zum Einzug der Forderung erforderlichen Angaben zu machen, die dazugehörigen Unterlagen auszuhändigen und

ihrem Werbekunden die Abtretung anzuzeigen. Produktkraft ist auch selbst zur Abtretungsanzeige an den Werbekunden berechtigt.

#### **4. BEREITSTELLUNG DER WERBEMITTEL UND SONSTIGE MITWIRKUNGSHANDLUNGEN DES KUNDEN**

- 4.1. Der Kunde stellt Produktkraft alle Werbemittel, die Tracking-Codes für die Werbemittel sowie alle anderen Informationen, Inhalte, Unterlagen und Erklärungen zur Verfügung, die Produktkraft vom Kunden für die Erbringung ihrer Leistungen benötigt und/oder deren Beistellung im Auftrag vereinbart wurden, z. B. die Angabe von Ziel-URLs und die Freigabe von Treatments. Soweit im Auftrag nichts Abweichendes vereinbart ist, wird der Kunde die Werbemittel, die Ziel-URLs und andere für die Einbindung und Zugänglichmachung der Werbemittel erforderlichen Informationen spätestens fünf (5) Werktage vor dem vereinbarten Kampagnenbeginn elektronisch bei Produktkraft anliefern.
- 4.2. Die Werbemittel des Kunden müssen den von Produktkraft mitgeteilten Werbemittelformaten, den technischen Spezifikationen und den sonstigen Vorgaben von Produktkraft für das jeweilige Werbeinventar entsprechen, im Falle einer Preroll z.B. durch Übermittlung einer Datei mit Code.
- 4.3. Soweit die Werbemittel des Kunden Links enthalten, ist der Kunde verpflichtet, die jeweiligen Ziel-URLs, auf welche diese Werbemittel verlinken, für die im Auftrag vereinbarte Kampagnenlaufzeit (und ggf. erforderliche Nachlieferungs- und Nachholungszeiten) – und falls eine solche nicht vereinbart ist, mindestens für die ihm von Produktkraft mitgeteilte Dauer der jeweiligen Kampagne – so zu pflegen, dass sie für diese Zeiträume durchgehend gemäß dem Stand der Technik verfügbar sind. Soweit eine Partei Störungen bei der Verlinkung der Werbemittel feststellt, wird sie die andere Partei hierüber unverzüglich in Kenntnis setzen.
- 4.4. Kommt der Kunde seinen Zahlungs- oder Mitwirkungspflichten nicht oder nicht rechtzeitig nach, so hat Produktkraft hieraus resultierende Verzögerungen, Schlechtleistungen oder eine Unmöglichkeit der Erbringung ihrer Leistungen nicht zu vertreten. Produktkraft ist berechtigt, die Erbringung der betroffenen Leistungen solange zu verweigern, bis die erforderliche Mitwirkung des Kunden erfolgt. Die Vergütungsansprüche von Produktkraft bleiben hiervon unberührt.

#### **5. VERANTWORTLICHKEIT DES KUNDEN**

- 5.1. Der Kunde stellt sicher, dass sämtliche Inhalte und Werbeaussagen der Werbemittel neben den von Produktkraft mitgeteilten Anforderungen stets auch den aktuellen Werberichtlinien der Anbieter des vom Kunden gebuchten Werbeinventars entsprechen, z. B. den Werberichtlinien von YouTube oder Facebook. Auf Verlangen des Kunden wird Produktkraft dem Kunden die aktuellen Werberichtlinien der Anbieter übermitteln bzw. zugänglich machen.
- 5.2. Der Kunde hat die von ihm für die Erbringung der Leistungen bereitgestellten Werbemittel (einschließlich der von ihnen umfassten Inhalte und Werbeaussagen) sowie die auf den Ziel-URLs dargestellten Inhalte (alle zusammen das „**Werbematerial**“) auf ihre Rechtmäßigkeit und Vereinbarkeit mit den guten Sitten zu prüfen und übernimmt für das Werbematerial die alleinige Verantwortung für dessen Rechtmäßigkeit und Vereinbarkeit mit den guten Sitten. Dies gilt insbesondere auch für das jeweilige Landesrecht, wenn sich die Werbemittel an Nutzer mit Sitz außerhalb Deutschlands richtet. **Die Prüfung des Werbematerials auf Rechtmäßigkeit, Vereinbarkeit mit den guten Sitten und Vereinbarkeit mit den Werberichtlinien der Anbieter ist nicht Vertragsleistung von Produktkraft.**
- 5.3. Der Kunde garantiert Produktkraft, dass sämtliches Werbematerial und dessen vertragsgemäße Nutzung durch Produktkraft und die Anbieter nicht rechts- oder sittenwidrig ist und/oder gegen Rechte Dritter verstößt. Der Kunde stellt Produktkraft insofern von etwaigen Haftungsansprüchen Dritter frei.

- 5.4. Im Rahmen der Kampagnen darf der Kunde Nutzerdaten stets nur gemäß den jeweils geltenden Datenschutzbestimmungen erheben und nutzen.

## **6. ZURÜCKWEISUNG VON WERBEMITTELN, UNTERBRECHUNG DER WERBESCHALTUNG**

- 6.1. Produktkraft ist berechtigt, die Schaltung von Werbemitteln abzulehnen, wenn das Werbematerial des Kunden nicht den vereinbarten Anforderungen und Spezifikationen entspricht. Der Kunde wird in diesem Fall neues Werbematerial zur Verfügung stellen, das den Anforderungen und Spezifikationen entspricht.
- 6.2. Falls ein begründeter Verdacht besteht, dass das vom Kunden zur Verfügung gestellte Werbematerial rechts- oder sittenwidrige Inhalte umfasst, insbesondere Rechte Dritter verletzt, hat Produktkraft das Recht, dieses Werbematerial solange zurückzuweisen oder die betroffene Kampagne solange zu unterbrechen, bis der Kunde die Angelegenheit abschließend geklärt hat oder es dem Kunden gelingt, den Verdacht auszuräumen.
- 6.3. Produktkraft weist zudem darauf hin, dass sich einzelne Anbieter, wie z. B. YouTube, vorbehalten, Werbemittel und Kampagnen nach eigenem Ermessen abzulehnen. Produktkraft hat keinen Einfluss auf eine solche Entscheidung. Im Falle einer solchen, weder von Produktkraft noch vom Kunden zu vertretenen Ablehnung einer Kampagne oder eines Werbemittels des Kunden sind sowohl der Kunde als auch Produktkraft berechtigt, von dem Teil der Kampagne, für den das Werbeinventar dieses Anbieters gebucht wurde, zurückzutreten. Bezüglich der restlichen Kampagne bleibt der Auftrag grundsätzlich bestehen. § 323 Abs. 5 Satz 1 BGB bleibt unberührt.

## **7. PLATZIERUNG UND AUSLIEFERUNG DER WERBUNG**

- 7.1. Produktkraft liefert die vereinbarten Werbemittel des Kunden zur Integration im vereinbarten Werbeinventar bei den Anbietern. Die Werbemittel werden von den Anbietern im vereinbarten Werbeinventar für die vereinbarte Kampagnenlaufzeit veröffentlicht und den Nutzern jeweils auf individuellen Abruf zugänglich gemacht. Ist keine Kampagnenlaufzeit vereinbart, werden die Werbemittel solange ausgeliefert, bis das vereinbarte Zielvolumen der Kampagne erreicht ist. Fristen und Termine für die Kampagnen sind nur verbindlich, wenn sie ausdrücklich als verbindlich vereinbart wurden.
- 7.2. Soweit keine Beschränkung der Kampagne auf bestimmte Channels oder bestimmtes Werbeinventar vereinbart ist, wählt Produktkraft die Channels und das Werbeinventar nach billigem Ermessen unter Berücksichtigung des vom Kunden mitgeteilten Kampagnenziels aus. Ist die Kampagne nach dem Auftrag nicht auf das Mediakraft-Netzwerk beschränkt, so ist Produktkraft berechtigt, aber nicht verpflichtet, unter Berücksichtigung des vom Kunden mitgeteilten Kampagnenziels auch Werbemittelplatzierungen außerhalb des Mediakraft-Netzwerks zu schalten. Soweit nicht im Auftrag Abweichendes vereinbart ist, schuldet Produktkraft keine bestimmten Werbemittelplatzierungen innerhalb des Werbeinventars oder die Auslieferung einer bestimmten Anzahl von AdClicks oder AdViews auf einer bestimmten Platzierung im Werbeinventar.
- 7.3. Sofern die angelieferten Werbemittel für die Nutzer nicht offensichtlich als Werbung erkennbar sind, ist Produktkraft berechtigt, jedoch nicht verpflichtet, die Werbemittel in geeigneter, die jeweils geltenden gesetzlichen Anforderungen erfüllender Form als Werbung zu kennzeichnen.

## **8. ZIELVOLUMEN UND LIEFERMENGEN**

- 8.1. Im Auftrag angegebene Zielvolumen an AdViews oder AdClicks innerhalb einer bestimmten Kampagnenlaufzeit sind lediglich angestrebte, unverbindliche Zielvorgaben, soweit sie nicht ausdrücklich als verbindlich bezeichnet werden. Das jeweilige Zielvolumen für einen bestimmten Zeitraum wird von Produktkraft anhand der Erfahrungswerte bezüglich der gebuchten Channels, dem gebuchten Werbeinventar, den Werbemitteln und dem Kampagnenzeitraum prognostiziert. Da

Produktkraft keinen Einfluss auf die Channel-Inhalte, die Anbieter des Werbeinventars und die Nutzeraktivität hat, kann in dem betreffenden Kampagnenzeitraum das Zielvolumen vorzeitig erreicht werden oder auch nicht vollständig erreicht werden.

- 8.2. Wird das Zielvolumen während der vereinbarten Kampagnenlaufzeit nicht erreicht, teilt Produktkraft dies dem Kunden mit. Produktkraft kann dann nach Wahl des Kunden – jedoch jeweils unter Berücksichtigung der dann bestehenden Verfügbarkeiten – (a) die Kampagne in dem vereinbarten Channel/den vereinbarten Channels und Werbeinventar innerhalb einer angemessenen Frist weiter ausliefern bis das Zielvolumen erreicht ist oder (b) die Kampagne (alternativ oder zusätzlich) auf einem (oder mehreren) anderen von Produktkraft vorgeschlagenen Channel(s) und/oder Werbeinventar innerhalb einer angemessenen Frist ausliefern bis das Zielvolumen erreicht ist. Ist dem Kunden eine solche Nachlieferung aufgrund seines Kampagnenziels oder aus anderen sachlichen Gründen nicht zumutbar, kann der Kunde stattdessen von Produktkraft die Erstattung des Vergütungsbetrages verlangen, der auf das noch nicht gelieferte Zielvolumen entfällt. Andere Ansprüche des Kunden im Falle einer Nichterreichung des Zielvolumens bestehen nicht. Wird das Zielvolumen vor Ablauf der Kampagnenlaufzeit erreicht, ist Produktkraft nur dann zur weiteren Auslieferung der Kampagne bis zum Kampagnenende verpflichtet, wenn die Parteien eine Erhöhung des Zielvolumens und der Vergütung vereinbaren.
- 8.3. Auch soweit eine bestimmte Liefermenge an AdViews oder AdClicks verbindlich vereinbart wurde, ist Produktkraft zunächst berechtigt, bei Nichterreichung dieser Liefermenge während der Kampagnenlaufzeit, die noch fehlenden Mengen wie vorstehend beschrieben innerhalb einer angemessenen Frist nachzuliefern. Schlägt diese Nachlieferung fehl oder ist sie dem Kunden aufgrund seines Kampagnenziels oder aus anderen sachlichen Gründen nicht zumutbar, gilt stattdessen Ziff. 16.2.

## **9. ERFASSUNG DER AUSGELIEFERTEN ADVIEWS UND ADCLICKS (TRACKING)**

- 9.1. Die Auslieferung und Erfassung der AdViews (Anzahl der von Nutzern ausgeführten Abrufe von Werbemittel des Kunden vom AdServer) und AdClicks (Anzahl der von Nutzern ausgeführten Aufrufe eines innerhalb des Werbemittels des Kunden im Werbeinventar integrierten Hyperlinks, der zum Aufruf der verlinkten Ziel-URL des Kunden führt) erfolgt – nach Wahl von Produktkraft – über die AdServer der Anbieter des vereinbarten Werbeinventars oder den AdServer von Produktkraft.
- 9.2. Allein maßgeblich für die Zählung und Abrechnung der an den Kunden ausgelieferten Volumen an AdViews und AdClicks ist das Reporting von Produktkraft. Abweichende Zahlen an AdViews oder AdClicks, die der Kunde ggf. mit einem anderen AdServer gezählt hat, werden nur berücksichtigt, wenn die Zählungen durch den Kunden und durch Produktkraft nachweislich um mehr als 10 % voneinander abweichen. In diesem Fall werden sich die Parteien über die für die Kampagne maßgebliche Zählmenge einigen.
- 9.3. Können sich die relevanten Fachabteilungen des Kunden und von Produktkraft nicht innerhalb von drei Monaten nach Mitteilung einer Abweichung durch den Kunden auf die maßgebliche Zählmenge einigen, werden sie den Streit zur Einigung an die Geschäftsleitungen der Parteien eskalieren. Können sich die Geschäftsleitungen der Parteien nicht innerhalb eines weiteren Monats auf die maßgebliche Zählmenge einigen, ist jede der Parteien frei, ihre Ansprüche anderweitig geltend zu machen.

## **10. VERSCHIEBUNGEN ODER AUSFALL VON KAMPAGNEN**

- 10.1. Soweit die Schaltung der Kampagne für den vereinbarten Zeitraum aus von Produktkraft nicht zu vertretenden Gründen, z. B. Gründe, die in den Verantwortungsbereich Dritter fallen, die nicht Erfüllungsgehilfen von Produktkraft sind (z. B. Anbieter des Werbeinventars und Betreiber von

dritten Netzen und Kommunikationsleitungen), oder höhere Gewalt, nicht möglich ist (z. B. weil der gebuchte Channel bzw. das gebuchte Werbeinventar von den Dritten nicht oder nicht rechtzeitig zur Verfügung gestellt wird), wird Produktkraft die Kampagne in den nächstmöglichen Zeitraum vorverlegen oder im nächstmöglichen Zeitraum nachholen. Das gilt nicht, soweit dies für den Kunden aufgrund seines Kampagnenziels oder aus anderen sachlichen Gründen unzumutbar ist. Produktkraft wird den Kunden hierüber unverzüglich informieren. Ist eine Vorverlegung oder Nachholung der Kampagne innerhalb von vier (4) Wochen vor oder nach dem vereinbarten Kampagnenzeitraum nicht möglich (z. B. mangels Verfügbarkeit des gebuchten Werbeinventars), so kann der Kunde entweder die Kampagne auf anderes, von Produktkraft vorgeschlagenes Werbeinventar (soweit verfügbar) umbuchen oder von dem betroffenen Auftrag unter unverzüglicher Erstattung der hierfür bereits gezahlten Vergütung zurücktreten. Dies gilt auch im Falle der Unzumutbarkeit der Vorverlegung oder Nachholung.

- 10.2. Ist die Vorverlegung oder Nachholung der Kampagne nicht innerhalb von vier (4) Wochen vor oder nach dem vereinbarten Kampagnenzeitraum möglich, so kann Produktkraft von dem Auftrag zurücktreten und dem Kunden die bereits hierfür gezahlte Vergütung unverzüglich erstatten. Weitergehende Ansprüche des Kunden bestehen in diesem Fall nicht, es sei denn, Produktkraft hat diese Unmöglichkeit zu vertreten.

## **11. GERINGFÜGIGE ÄNDERUNGEN**

Im Übrigen sind geringfügige Änderungen des gebuchten Werbeinventars und der Kampagnenlaufzeit zulässig, soweit sie nicht das branchenübliche Maß übersteigen und nicht die Interessen des Kunden unzumutbar beeinträchtigen, z. B. die Werbewirksamkeit der Kampagne oder das Kampagnenziel beeinträchtigen. Produktkraft wird den Kunden über Änderungen unverzüglich informieren.

## **12. RECHTEEINRÄUMUNG UND RECHTEGARANTIEN**

- 12.1. Der Kunde räumt Produktkraft hiermit für die vereinbarte Kampagnenlaufzeit (sowie Nachlieferungs- und Nachholungszeiträume) das nicht-exklusive, nicht übertragbare und weltweite Recht ein, das Werbematerial, das er Produktkraft zur Erbringung der vereinbarten Leistungen zur Verfügung stellt, in die vereinbarten Channel und das vereinbarte Werbeinventar zu integrieren, dort zu veröffentlichen und Mitgliedern der Öffentlichkeit und geschlossener Nutzergruppen über feste und mobile Kommunikationsnetze an Orten und zu Zeiten ihrer Wahl zum Zwecke der Nutzung zeitgleich oder sukzessive – auf Abruf oder als Push – zugänglich zu machen, zu übermitteln, zu senden sowie zu den vorstehenden Zwecken zu vervielfältigen. Produktkraft ist zu diesem Zwecke berechtigt, den Anbietern des Werbeinventars an den in dieser Ziff. 12 eingeräumten Nutzungsrechten Unterlizenzen im erforderlichen Umfang zu erteilen.
- 12.2. Die vorstehende Rechteeinräumung umfasst insbesondere auch das Recht zur Nutzung des Werbematerials:
- (a) unter Einschluss sämtlicher digitaler und analoger Übertragungs- und Abruftechniken, insbesondere über Kabel, Funk, feste und mobile Satelliten-Netze, terrestrische Verfahren und Mikrowellen sämtlicher Verfahren (wie z. B. HSDPA, GPRS, UMTS, LTE, WLAN, WiMAX, ISDN, DSL, Fernsehkabel);
  - (b) unter Einschluss der Wiedergabe, des Herunterladens und Speicherung auf beliebigen Empfangsgeräten der Nutzer (wie z. B. PCs, Tablets, Fernsehgeräten, Set-Top-Boxen, (Festplatten-) Videorecordern, Mobiltelefonen und Smartphones); sowie
  - (c) in elektronischen Datenbanken von Produktkraft und seiner Sublizenznehmer (d. h., das Recht, das überlassene Werbematerial maschinenlesbar zu erfassen und in den Datenbanken elektronisch zu speichern und dort den Nutzern zugänglich zu machen).

Die vorstehende Rechteeinräumung bezieht sich insbesondere auch auf die an dem Werbematerial bestehenden Urheber- und Leistungsschutzrechte, Rechte am eigenen Bild sowie Namens-, Titel-, Marken- und sonstigen Kennzeichenrechte.

- 12.3. Außerdem räumt der Kunde Produktkraft und den mit Produktkraft verbundenen Unternehmen ein einfaches, zeitlich und räumlich unbeschränktes Recht ein,
- (a) die durch Produktkraft protokollierten und anonymisierten Kampagnendaten des Kunden für eigene Geschäftszwecke zu sammeln, zu speichern, zu bearbeiten, mit Daten anderer Kunden zu verbinden und zu nutzen, insbesondere für die Erstellung von Performance Statistiken des Mediakraft-Netzwerks, zur Analyse, Kontrolle und Verbesserung ihrer Leistungen, zur Verhinderung und Aufklärung von Missbrauch sowie zur Bewerbung der Leistungen von Produktkraft, Mediakraft und der vermarkteten Channels gegenüber Dritten;
  - (b) die Werbemittel in Marketingmaterial von Produktkraft und der mit ihr verbundenen Unternehmen zu integrieren (z. B. als Screenshots in Präsentationen, in Promotionvideos etc.) und als Bestandteil dieses Marketingmaterials zur Bewerbung der Leistungen von Produktkraft und der mit ihr verbundenen Unternehmen zu nutzen.
- 12.4. Der Kunde garantiert Produktkraft, dass
- (a) er Inhaber der in dieser Ziff. 12 eingeräumten Rechte und zu ihrer Einräumung an Produktkraft berechtigt ist;
  - (b) die eingeräumten Nutzungsrechte nicht mit Rechten Dritter belastet sind, die deren vertragsgemäße Ausübung beeinträchtigen würden und die vertragsgemäße Ausübung dieser Nutzungsrechte nicht Rechte Dritter verletzt;
  - (c) er Inhaber der Domainrechte für die Ziel-URLs zu sein und/oder zur Bewerbung der Ziel-URLs berechtigt ist.

### **13. FREISTELLUNG**

Der Kunde stellt Produktkraft, Mediakraft, die Channel-Produzenten und die Anbieter des Werbeinventars auf erstes Anfordern von Produktkraft von allen zivil-, öffentlich- und strafrechtlichen (soweit rechtlich zulässig und möglich) Ansprüchen Dritter frei, die diese Dritten infolge einer schuldhaften Verletzung der Verpflichtungen des Kunden oder infolge einer Nichteinhaltung der Garantien des Kunden geltend machen. Von diesem Freistellungsanspruch sind auch die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung der Freizustellenden gegen derartige Ansprüche, einschließlich der Rechtsanwaltskosten bis maximal in Höhe der gesetzlichen Gebühren gemäß Rechtsanwaltsvergütungsgesetz, umfasst. Produktkraft wird den Kunden unverzüglich informieren, wenn Dritte derartige Ansprüche gegen sie geltend machen.

### **14. VERGÜTUNG, ABRECHNUNG, STEUERN**

- 14.1. Die vom Kunden zu zahlende Vergütung, einschließlich der gewährten Rabatte und Skonti ergibt sich aus dem jeweiligen Auftrag zwischen Produktkraft und dem Kunden. Nachträgliche Buchungsänderungen (z. B. Stornierungen oder Zubuchungen) werden für die Kalkulation der AE-Provision nachträglich berücksichtigt. Die vereinbarte Vergütung umfasst nicht die für die Online-Zugänglichmachung der Werbemittel ggf. an Verwertungsgesellschaften wie z. B. die GEMA, zu zahlende Lizenzvergütungen für die Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke und Leistungen.
- 14.2. Soweit nicht im Auftrag Abweichendes vereinbart ist, ist die vereinbarte Vergütung unmittelbar nach Abschluss nach Erhalt einer ordnungsgemäßen Rechnung fällig. Kommt der Kunde seinen Zahlungspflichten nicht oder nicht rechtzeitig nach, so gilt Ziff. 4.4. entsprechend.

- 14.3. Produktkraft übermittelt dem Kunden innerhalb von zwei Monaten nach Ende einer jeden Kampagne eine Abrechnung (Reporting), aus der sich auch die erfasste Anzahl der AdViews bzw. AdClicks der jeweiligen Werbemittelplatzierungen der Kampagne ergibt.
- 14.4. Sämtliche vereinbarte Preise verstehen sich rein netto und sind zuzüglich Umsatzsteuer in der jeweils geltenden gesetzlichen Höhe zu zahlen, soweit diese nach den geltenden Vorschriften anfällt.
- 14.5. Abrechnungen gelten als genehmigt, wenn der Kunde nicht innerhalb von vier Wochen nach Erhalt der jeweiligen Abrechnung dieser schriftlich unter Angabe von spezifizierten Gründen widerspricht und Produktkraft in der Abrechnung auf diese Folge hingewiesen hat.

## **15. AUFRECHNUNG**

Der Kunde ist zur Aufrechnung mit einer Zahlungsforderung von Produktkraft sowie zur Zurückbehaltung von Zahlungen an Produktkraft nur berechtigt, wenn seine Gegenforderung rechtskräftig festgestellt, von Produktkraft unbestritten oder anerkannt ist.

## **16. MANGELHAFTE LEISTUNGEN**

- 16.1. Der Kunde ist verpflichtet, die geschaltete Werbekampagne unverzüglich nach Beginn der Kampagne zu prüfen und Produktkraft die bei einer solchen Prüfung erkennbaren Mängel schriftlich oder per E-Mail unverzüglich, spätestens jedoch sieben Tage nach Kampagnenbeginn, anzuzeigen. Unterlässt der Kunde diese Anzeige, gelten die Leistungen hinsichtlich solcher erkennbarer Mängel als vertragsgemäß genehmigt. Die bei einer solchen Prüfung nicht erkennbaren Mängel (sog. verborgene Mängel) hat der Kunde unverzüglich (spätestens jedoch zwei Werktage) nach ihrer Entdeckung schriftlich oder per E-Mail bei Produktkraft anzuzeigen. Unterlässt der Kunde diese Anzeige, gelten die Leistungen auch hinsichtlich solcher verborgener Mängel als vertragsgemäß genehmigt. Es genügt jeweils die rechtzeitige Absendung der Anzeige. Diese Ziff. 16.1 ist nicht anwendbar, soweit Produktkraft einen Mangel arglistig verschwiegen hat.
- 16.2. Im Falle von mangelhaften Leistungen ist Produktkraft zunächst zur Nacherfüllung in Form der Nachholung der von dem Mangel betroffenen Kampagne bzw. Kampagnenteils innerhalb einer angemessenen Frist berechtigt. Schlägt die mangelfreie Nachholung innerhalb einer angemessenen Frist fehl, so kann der Kunde nach seiner Wahl die Vergütung entsprechend dem Mangel mindern oder vom Auftrag ganz oder teilweise zurücktreten bzw. diesen kündigen.
- 16.3. Unbeschadet der vorstehenden Bestimmungen dieser Ziff. 16 gilt für Ansprüche des Kunden wegen Mängeln oder sonstiger Schlecht- oder Nichterfüllung von vereinbarten Leistungen, welche nicht von Produktkraft selbst erbracht werden, sondern von Dritten (insbesondere die Auslieferung der Werbemittel durch die Anbieter des Werbeinventars) Folgendes: Produktkraft kann dem Kunden ihre Ansprüche gegen den Dritten wegen der zu beanstandenden Leistung – soweit vorhanden – abtreten, ihm alle Produktkraft verfügbaren, hiermit zusammenhängenden Informationen mitteilen und kann von dem Kunden verlangen, dass er zunächst diese Ansprüche direkt gegenüber dem Dritten geltend macht. Die schließt auch die gerichtliche Inanspruchnahme des Dritten ein, soweit es sich nicht um einen Mangel einer Werkleistung handelt, oder sofern dies nicht unzumutbar ist, weil eine solche gerichtliche Geltendmachung aufgrund der Umstände des jeweiligen Falles ohne eine Aussicht auf Erfolg ist (z. B. im Falle der Insolvenz des Dritten). Wenn die Inanspruchnahme des Dritten durch den Kunden aus Gründen scheitert, die der Kunde nicht zu vertreten hat, kann der Kunde seine Ansprüche gemäß den gesetzlichen Vorschriften unter Berücksichtigung dieser AGB, jeweils Zug um Zug gegen Rückabtretung der Ansprüche gegen den Dritten, direkt gegen Produktkraft geltend machen.
- 16.4. Soweit Produktkraft gemäß Ziff. 17 für Schäden der anderen Partei dem Grunde nach haftet oder einen Mangel arglistig verschwiegen hat, verjähren diese Schadensersatz- und Mängelansprüche

gemäß den gesetzlichen Verjährungsregeln. Alle anderen Mängelansprüche und anderen Ansprüche wegen sonstiger Schlecht- oder Nichtleistung verjähren innerhalb eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

- 16.5. Ansprüche des Kunden wegen Mängeln und sonstiger Schlecht- oder Nichtleistung bestehen nicht, wenn und soweit diese Mängel, Schlecht- oder Nichtleistung auf die schuldhafte Verletzung von Mitwirkungspflichten des Kunden, auf ausdrückliche Anweisungen oder Anforderungen des Kunden, auf mangelhafte Beistellungen des Kunden oder auf eine Nutzung der Leistungen durch den Kunden entgegen den Werberichtlinien der Anbieter zurückzuführen sind.

## **17. HAFTUNG**

- 17.1. Die Haftung der Produktkraft ist wie folgt beschränkt: Produktkraft haftet nur für Schäden, bei denen die Schadensursache auf einer vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung von Produktkraft oder eines ihrer gesetzlichen Vertreters oder Erfüllungsgehilfen beruht.
- 17.2. Produktkraft haftet nicht für Schäden die dadurch entstehen, dass vom Kunden gebuchte Erfüllungsgehilfen von Produktkraft (wie etwa bestimmte Künstler oder Darsteller) unverschuldet nicht oder nicht rechtzeitig an der Kampagne mitwirken können, z.B. weil sie durch Krankheit verhindert sind. (Dreh-) Ausfallversicherungen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden abgeschlossen.
- 17.3. Die Haftung von Produktkraft ist für sämtliche Schäden und vergebliche Aufwendungen im Zusammenhang mit einem konkreten Kampagnenangebot im Falle leichter Fahrlässigkeit der Höhe nach insgesamt auf die jeweils für die Kampagne vereinbarte Vergütung beschränkt.
- 17.4. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten nicht bei Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, für einen Mangel nach Übernahme einer Garantie für die Beschaffenheit des Produktes und bei arglistig verschwiegenen Mängeln. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.

## **18. KUNDENREFERENZ**

Produktkraft ist berechtigt, den Kunden gegenüber Dritten als Kunden zu benennen. Wenn der Kunde eine Media-Agentur ist, ist Produktkraft auch berechtigt, den jeweiligen Werbekunden, der diese beauftragt hat, gegenüber Dritten als Kunden zu benennen.

## **19. KÜNDIGUNG**

- 19.1. Jede Partei kann einen Auftrag für Standard Werbeformen (Pre Rolls, InVideo Overlay, Sponsorship Roadblock) ganz oder teilweise bis 14 Tage vor dem vereinbarten Kampagnenbeginn ordentlich kündigen. Aufträge für Sonderwerbformen (z.B. Productplacement, Shout Out, Buy Out etc.) können nach Auftragserteilung nicht mehr ordentlich gekündigt werden.
- 19.2. Das Recht einer jeden Partei, einen Auftrag aus wichtigem Grund fristlos zu kündigen, bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund zur fristlosen Kündigung durch Produktkraft liegt insbesondere vor,
- (a) wenn der Kunde fällige Zahlungen trotz Mahnung nicht innerhalb von zwei Wochen nach Erhalt der Mahnung leistet, oder
  - (b) wenn das vom Kunden zur Verfügung gestellte Werbematerial rechtswidrig ist, gegen die guten Sitten verstößt oder Rechte Dritter verletzt und der Kunde Produktkraft nicht unverzüglich nach Aufforderung einwandfreies Werbematerial zur Verfügung stellt.

## **20. ÄNDERUNGSVORBEHALT**

Produktkraft ist jederzeit berechtigt, diese AGB mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. Soweit hiervon bereits abgeschlossene, noch laufende Aufträge betroffen sind, wird Produktkraft dem



Kunden die geänderten AGB spätestens zwei Wochen vor ihrem Inkrafttreten per E-Mail übersenden. Widerspricht der Kunde den AGB nicht innerhalb von zwei Wochen nach Erhalt der AGB, gelten die geänderten AGB auch für diese Aufträge mit Wirkung für die Zukunft.

## **21. SONSTIGES**

- 21.1. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen eines Auftrages (einschließlich dieser AGB und/oder etwaigen besonderen Geschäftsbedingungen) unwirksam sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon unberührt. § 139 BGB ist nicht anwendbar. Die Parteien verpflichten sich, eine solche unwirksame Bestimmung durch eine wirksame Bestimmung zu ersetzen, die dem entspricht, was die Parteien unter Berücksichtigung des Vertragszwecks nach Treu und Glauben vereinbart hätten, wäre ihnen die Unwirksamkeit dieser Bestimmung bei Vertragsschluss bekannt gewesen. Dies gilt entsprechend im Falle von Regelungslücken.
- 21.2. Änderungen, Ergänzungen sowie die Kündigung der Aufträge bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform (§ 127 BGB). Auch ein Verzicht der Parteien auf die Schriftform muss schriftlich erfolgen.
- 21.3. Ausschließlicher Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit den Aufträgen (einschließlich dieser AGB und/oder etwaigen besonderen Geschäftsbedingungen), auch betreffend deren Wirksamkeit, Kündigung und Beendigung, ist der Sitz von Produktkraft.
- 21.4. Die Aufträge (einschließlich dieser AGB und/oder etwaigen besonderen Geschäftsbedingungen) unterliegen ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Anwendung des UN-Kaufrechts (Convention on the International Sale of Goods - CISG) ist ausgeschlossen.