



Allgemeine Geschäftsbedingungen der Frischluft-IQ GmbH für das Werbegeschäft in Online-Medien

gültig ab 1. Januar 2008

1. Werbeauftrag – Geltungsbereich

(1) "Werbefauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für die Geschäftsbeziehungen zwischen der Frischluft-IQ GmbH (nachfolgend FL-IQ genannt) und dem Auftraggeber gelten ausschließlich die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen in ihrer zum Zeitpunkt der Beauftragung gültigen Fassung. Abweichende Bedingungen des Auftraggebers erkennt FL-IQ nicht an, es sei denn, FL-IQ hätte ausdrücklich schriftlich ihrer Geltung zugestimmt.

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 Bewegbildern (z.B. 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 Anordnung und/oder Gestaltung nicht als solche erkennbar sind (z. B. sogenannte Textfeldanzeigen), werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Beauftragung; Angebot; Vertragsschluss

(1) Werbeaufträge werden telefonisch, per Post, per Fax oder per E-Mail entgegengenommen. Der Auftrag stellt ein Angebot an FL-IQ zum Abschluss eines Werbeauftrags dar.

(2) Soweit die Werbung für Online – Medien auf den Internetseiten von FL-IQ aufgeführt und inhaltlich beschrieben wird, stellt dies kein Angebot zum Verkauf der Dienstleistungen im juristischen Sinne dar. Erst mit seiner Beauftragung gibt der Auftraggeber ein Angebot auf den Abschluss eines Online – Medien Werbevertrags im Sinne von § 145 BGB ab.

(3) Ein Vertrag über Online – Medien Werbung kommt erst mit der Annahme des Auftrags durch FL-IQ zu Stande, wobei dies in der Regel mit der Veröffentlichung der Online - Werbung geschieht. Einer ausdrücklichen Annahmeerklärung gegenüber dem Auftraggeber bedarf es hierfür nicht, da dieser hierauf gemäß § 151 S. 1 BGB verzichtet.

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



(5) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags (z.B. Banner-, Pop-Up Werbung) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail –entsprechend dem Signaturgesetz - geschlossenen Vereinbarung.

4. 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.

5. Auftragserweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4. genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben von FL-IQ entsprechende Werbemittel rechtzeitig, d. h. mindestens fünf Arbeitstage vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere unvollständiger, fehlerhafter, ungeeigneter oder bei verspäteter Lieferung der Werbemittel ist FL-IQ nicht zur Verbreitung des Werbemittels verpflichtet. Ist erkennbar, wer der Absender des entsprechenden Werbemittels ist, so weist FL-IQ den Auftraggeber unverzüglich daraufhin, dass das Werbemittel nicht verbreitet wird. FL-IQ ist ohne entsprechenden Auftrag des Auftraggebers nicht verpflichtet, das Werbemittel in eine veröffentlichungsfähige Form zu bringen.

(2) Bewahrt FL-IQ die Werbemittel auf, ohne dazu ausdrücklich verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.

(3) Kosten von FL-IQ für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

7. Weiterleitung von E-Mails

Eingehende E-Mails werden von FL-IQ nur bis zu einer Datenmenge von 10 MB pro E-Mail weitergeleitet.

8. Ablehnungsbefugnis

(1) FL-IQ 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 FL-IQ wegen des Inhalts, der Herkunft, der technischen Form oder aus sonstigen Gründen unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann FL-IQ 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.



9. Gewährleistung des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt FL-IQ im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird FL-IQ von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt.

(2) Der Auftraggeber ist verpflichtet, FL-IQ nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(3) Der Auftraggeber überträgt FL-IQ 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.

(4) 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.

10. Gewährleistung von FL-IQ

(1) FL-IQ gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine möglichst dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik wirtschaftlich nicht sinnvoll ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen.

(2) 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 Darstellungssoft- 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 so genannten 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.

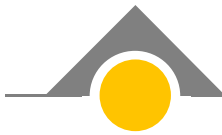
(3) Da auch im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebes Serverausfälle nicht ausgeschlossen werden können, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers erst dann und nur so lange, als der Ad-Server für mehr als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung ausgefallen ist; weitere Ansprüche sind insoweit ausgeschlossen.

(4) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels, die keinen unwesentlichen Fehler darstellt, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rücktritt vom Vertrag.

(5) Sind etwaige Mängel bei den Werbeunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei darauf beruhender ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11. Leistungsstörungen

- (1) Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die FL-IQ 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.

(2) Bei Nachholen in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch von FL-IQ bestehen.

12. Haftung

(1) Bei leichter Fahrlässigkeit haftet FL-IQ nur bei der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten, mithin solcher Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages ermöglichen und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf (sogenannte Kardinalpflichten), auf den nach Art der Dienstleistung vorhersehbaren, vertragstypischen und unmittelbaren Durchschnittsschaden, des weiteren unbegrenzt bei Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit des Auftraggebers.

(2) Im Übrigen ist die vorvertragliche, vertragliche oder außervertraglicher Haftung von FL-IQ auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschränkt.

13. Preise

(1) Sofern nicht ausdrücklich anders angegeben, verstehen sich alle ausgegebenen Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

14. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die FL-IQ nicht zu vertreten hat (siehe Ziffer 11. (1)), so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass FL-IQ zu erstatten.

(2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, 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.

(3) Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

15. Fälligkeit und Zahlung; Verzug

(1) Sofern keine besonderen Zahlungsziele vereinbart werden, bestimmt sich die Fälligkeit der geschuldeten Zahlung nach dem in der Rechnung genannten Fälligkeitsdatum. Ist in der Rechnung kein Fälligkeitsdatum angegeben, sind Zahlungen mit Erhalt der Rechnung fällig. Zahlungen sind jeweils ohne Abzüge und unter Angabe der Rechnungsnummer auf das in der Rechnung angegebene Konto von FL-IQ zu leisten.

(2) Kommt der Besteller in Zahlungsverzug, so ist FL-IQ berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von 5% über dem von der Europäischen Zentralbank bekannt gegebenen Basiszinssatz p.a. zu fordern. Falls FL-IQ ein höherer Verzugschaden nachweisbar entstanden ist, ist FL-IQ berechtigt, diesen geltend zu machen.

(3) FL-IQ kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.



(4) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers wie z.B. wiederholter Zahlungsverzug berechtigen FL-IQ, 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Aufrechnung und Zurückbehaltungsrecht

Ein Recht zur Aufrechnung steht dem Auftraggeber nur zu, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt oder von FL-IQ unbestritten sind. Außerdem ist der Auftraggeber zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur insoweit befugt, als sein Gegenanspruch auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht.

17. Kündigung

(1) Das Recht zur außerordentlichen fristlosen Kündigung von Dauerschuldverhältnissen (fortlaufender Werbeauftrag) bleibt unberührt. FL-IQ ist zur außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Besteller trotz Mahnung und Fristsetzung seiner Verpflichtung zur Zahlung gemäß Ziff. 15 nicht nachkommt.

(2) Jede Kündigung bedarf der Schriftform.

18. Plazierungsbestätigungen

Plazierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann FL-IQ nicht haftbar gemacht werden.

19. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

20. Schlussbestimmungen

(1) Nebenabreden, Änderungen und Ergänzungen dieser Vertragsbestimmungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.

(2) Auf das Vertragsverhältnis zwischen FL-IQ und dem Besteller ist ausschließlich deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts anwendbar.

(3) Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder die Wirksamkeit durch einen später eintretenden Umstand verlieren, so bleibt die Wirksamkeit dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Übrigen unberührt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Frischluft-IQ GmbH für das Werbegeschäft in Online-Medien

Frischlucht-IQ GmbH
Zur Alten Mühle 22a
26939 Ovelgönne
Tel. 04480 948605 info@frischluft-iq.de

Gültig seit 1. Januar 2008
