



Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft

Präambel

Die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) hat als Marketingorganisation für das Reiseland Deutschland die Zielsetzung, das positive Image des Reiselandes Deutschland sowie das Reiseaufkommen in und nach Deutschland zu steigern. Hierzu ist die DZT in wichtigen Auslandsmärkten weltweit mit 32 Niederlassungen in sechs Regionalmanagements präsent. Die DZT führt dabei auch Kampagnen im Internet durch.

1. Werbeauftrag

(1) Werbeauftrag 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, zwischen dem Auftraggeber und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (kurz:DZT).

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Preisliste sowie die technischen Richtlinien, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der folgenden Elemente bestehen und über verschiedene Plattformen ausgespielt werden:

- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner/Button),
- 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),
- Textfeld in einem Newsletter.
- Anzeigen und Advertorials in Online- und Print Medien

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

3. Vertragsschluss

(1) 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. Die DZT ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (sog. Verbund- oder Kollektivwerbung) bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

(4) Ein Konkurrenzausschluss ist nicht möglich.

4. Platzierung

(1) Hat der Auftraggeber keinen Platzierungswunsch für die Werbung geäußert, kommt der Vertrag durch die Bestätigung mit dem im Auftrag angegebenen Umfang zustande. Die Platzierung der Werbung wird im Einvernehmen mit dem Auftraggeber vorgenommen. Ist dieses nicht herstellbar, entscheidet die DZT nach billigem Ermessen und unter weitestgehender Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers.

(2) Für die Platzierung von Werbung kommen ausschließlich die Flächen in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste der DZT und den technischen Richtlinien ausgewiesen sind.

5. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist – soweit vertraglich nicht anders geregelt – der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

6. Auftragserweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist zu den dann geltenden Konditionen 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 die DZT nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass der DZT 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.

8. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere den technischen Richtlinien der DZT entsprechende Werbemittel innerhalb der von der DZT genannten Frist vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung des zur Veröffentlichung bestimmten Materials, insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten. Datenträger, Fotos oder sonstige Unterlagen des Auftraggebers werden ihm auf sein Verlangen und auf seine Kosten und Gefahr zurückgesandt.

(2) Die Pflicht der DZT zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

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

9. Ablehnungsbefugnis

(1) Die DZT behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – jederzeit 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 die DZT wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.
- touristische Partner im Rahmen von DZT-Content genannt oder gezeigt werden, ohne den Nachweis der transparenten und diskriminierungsfreien Auswahl. Dabei darf kein eigenes Erwerbsinteresse seitens des beworbenen Partners bestehen.

(2) Insbesondere kann die DZT 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.

(3) Ist der Auftraggeber abgemahnt worden oder hat er bereits eine Unterlassungsverpflichtungserklärung bezüglich bestimmter Werbemittelinhalte abgegeben, ist er verpflichtet, die DZT unverzüglich schriftlich darüber zu informieren. Unterlässt der Auftraggeber diese Obliegenheitspflicht, kann die DZT schon aus diesem Grund jede Mithaftung für den dem Auftraggeber durch eine wiederholte Veröffentlichung der beanstandeten Werbemittel entstehenden Schaden verweigern.

10. Rechtsgewährleistung

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

(2) Der Auftraggeber überträgt der DZT 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.

11. Gewährleistung / Haftung

(1) Die DZT leistet 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 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 sogenannten Proxy-Servern (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 zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber ausschließlich Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Ansprüche des Auftraggebers auf Schadensersatz bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit bzw. der Verletzung vertragswesentlicher Leistungen und sind auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden begrenzt.

(3) Die Parteien haften – gleich aus welchem Rechtsgrund – bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit.

Bei einfacher Fahrlässigkeit haften die Parteien nur

- a) Für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit
- b) Für Schäden aus der Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht.

In diesem Fall ist die Haftung jedoch auf den Ersatz des vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schadens begrenzt.

Dies gilt entsprechend für die Haftung der Parteien für ihre Organe, gesetzlichen Vertreter, Angestellten oder sonstigen Erfüllungsgehilfen.

12. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die die DZT 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, kann die Veröffentlichung einer Werbung unterbleiben oder ohne vorherige Benachrichtigung des Auftraggebers verschoben werden. Es erlöschen die beiderseitigen Verpflichtungen. Die Parteien prüfen einvernehmlich, ob Leistungen zu einem späteren Zeitpunkt erbracht werden können.

13. Vergütung und Preisliste

Soweit vorhanden, gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für von der DZT bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von ihr mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 5 Werktagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

Die Zahlung der Vergütung wird sofort fällig nach Erhalt der Rechnung. Die Rechnungsstellung erfolgt aus organisatorischen Gründen einmalig für die gesamte Laufzeit, auch bei monatlicher Bezahlung.

14. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 4,5 % über dem jeweiligen Basiszinssatz und Einziehungskosten berechnet. Die DZT kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen die DZT, 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Schlussbestimmungen

(1) Abbestellungen oder Änderungen des Auftrages einschließlich Nebenabreden sind nicht einseitig ohne Zustimmung der DZT möglich und bedürfen der Schriftform.

(2) Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

(3) Erfüllungsort ist Frankfurt/Main. Sofern der Wohnsitz oder der gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist, oder der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des dt. Rechts verlegt, ist der Gerichtsstand Frankfurt/Main.

(4) Auf die Vertragsbeziehung ist ausschließlich deutsches Recht anwendbar.

(5) Sollte eine der Bestimmungen des Vertrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame Bestimmung ist in eine solche wirksame Bestimmung umzudeuten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.