

## Allgemeine Geschäftsbedingungen der BrainagencyMedia GmbH

### 1. Geltungsbereich und Allgemeines

1.1 Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ("AGB") gelten für alle Rechtsgeschäfte (z.B. Verträge, Dienstleistungen) zwischen der BrainagencyMedia GmbH ("Agentur") und ihrem Vertragspartner ("Kunden"), soweit schriftlich nicht etwas anderes vereinbart wurde.

1.2 Die AGB gelten nur, wenn der Kunde Unternehmer (§ 14 BGB), eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.

1.3 Die AGB gelten in ihrer jeweiligen Fassung auch für künftige Rechtsgeschäfte (z.B. Verträge, Dienstleistungen) mit demselben Kunden, ohne dass die Agentur in jedem Einzelfall wieder auf sie hinweisen müsste.

1.4 Die AGB gelten ausschließlich. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden hiermit ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Kunden nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder die Agentur die Leistungen widerspruchsfrei erbringt. Die Bedingungen des Kunden werden nur dann und nur insoweit Vertragsbestandteil, als die Agentur deren Geltung ausdrücklich schriftlich zugestimmt hat.

1.5 Rechtserhebliche Erklärungen und Anzeigen, die nach Vertragsschluss von dem Kunden gegenüber der Agentur abzugeben sind (beispielsweise Fristsetzungen, Mahnungen, Erklärung von Rücktritt etc.), bedürfen zu ihrer Wirksamkeit – soweit nachstehend nichts anderes geregelt – der Schriftform. Eine E-Mail genügt dem Schriftformerfordernis nicht.

### 2. Vertragsschluss

2.1 Sämtliche Angebote der Agentur sind unverbindlich.

2.2 Ein Vertrag zwischen der Agentur und dem Kunden kommt mit Annahme des Kundenauftrags durch die Agentur zustande. Die Annahme kann schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Das Schweigen der Agentur auf einen Kundenauftrag stellt keine Annahme desselben dar.

### 3. Rechte und Pflichten der Agentur

3.1 Die Agentur wird ihre Leistungen gemäß den Angaben in der Angebotsannahme (vgl. 2.2) erbringen.

3.2 Die Agentur ist berechtigt, zur Erfüllung ihrer Aufgaben Dritte (z.B. Medienpartner) heranzuziehen.

3.3 Die Agentur ist zu Teilleistungen jederzeit berechtigt, es sei denn, der Kunde wird hierdurch unzumutbar belastet.

3.4 Die Agentur handelt bei der Vergabe von Aufträgen an Dritte (z.B. Medienpartner) im eigenen Namen. Die Agentur wird Aufträge an Dritte nur erteilen, wenn der Kunde zuvor schriftlich oder per E-Mail einen entsprechenden Auftrag erteilt hat.

3.5. Die Agentur hat das Recht, auch mit unmittelbaren und mittelbaren Wettbewerbern des Kunden Verträge abzuschließen und Geschäftsbeziehungen einzugehen.

### 4. Rechte und Pflichten des Kunden

4.1 Der Kunde hat der Agentur bei erstmaligem Vertragsschluss eine Person zu benennen, die befugt ist, alle im Rahmen der Durchführung des Vertrages erforderlichen Erklärungen und fachlichen Weisungen für den Kunden verbindlich abzugeben. Der Kunde kann nachträglich durch schriftliche Erklärung gegenüber der Agentur eine andere Person benennen.

4.2 Der Kunde ist verpflichtet, der Agentur die für die Leistungserbringung erforderlichen Daten, Produktinformationen, Vorlagen, sonstigen Unterlagen, Materialien und Informationen (zusammenfassend im folgenden "Material" genannt) rechtzeitig sowie vollständig und fehlerfrei zur Verfügung zu stellen. Der Kunde versichert, alle in seiner Sphäre liegenden erforderlichen Mitwirkungshandlungen vorzunehmen, um der Agentur die Erfüllung ihrer aus diesem Vertrag geschuldeten Leistungen zu ermöglichen. Kommt der Kunde dieser Verpflichtung ganz oder teilweise nicht oder nicht rechtzeitig nach, wird die Agentur so lange von ihrer Leistungspflicht befreit, bis der Kunde seine Verpflichtungen erfüllt.

4.3 Sofern und soweit der Kunde der Agentur Material zur Erfüllung der vertraglichen Pflichten überlässt, sichert er zu, dass er zur Übergabe und Nutzung des Materials berechtigt ist. Der Kunde verwendet und überlässt der Agentur kein Material, das Dritte in ihren Rechten (insbesondere Namens, Schutz- und Urheberrechte) verletzt, ungesetzlich ist (insbesondere kein Verstoß gegen Straf- oder Wettbewerbsrecht) oder gegen die guten Sitten verstößt. Er sichert zu, dass ihm die Rechte an dem überlassenen Material einschließlich der Inhalte zustehen. Diese Zusicherungen gelten insbesondere auch im Hinblick auf die rechtlichen Bestimmungen der Länder, in denen das Material, dessen Inhalte und Werbemaßnahmen bestimmungsgemäß verwendet und/oder veröffentlicht werden. Der Kunde stellt die Agentur von allen Ansprüchen, die Dritte in diesem Zusammenhang, gleich aus welchem Rechtsgrund, erheben, vollumfänglich frei. Zu den erstattungsfähigen Kosten gehören auch die angemessenen Kosten einer Rechtsverfolgung und Rechtsverteidigung der Agentur.

4.4 Sofern der Kunde die Agentur beauftragt, von dem Kunden überlassenes Material Dritten (insbesondere Medienpartnern) zur Verfügung zu stellen, trifft die Agentur keine Pflicht, das Material zu prüfen. Hierfür ist ausschließlich der Kunde verantwortlich. Eine Haftung der Agentur oder sonstige Ansprüche des Kunden gegen die Agentur sind ausdrücklich ausgeschlossen.

4.5 Der Kunde räumt der Agentur an dem zur Verfügung gestellten Material die weltweiten, auf die Laufzeit des Vertrages befristeten einfachen Nutzungsrechte ein, sofern und soweit dies für die Erfüllung der Pflichten der Agentur erforderlich ist. Der Kunde garantiert, über diese Rechte Verfügungsberechtigt zu sein.

4.6 Die Agentur hat das Recht, Material wegen seiner Herkunft, seines Inhalts, seiner Form oder seiner technischen Qualität sowie aus den in Ziffer 4.3 genannten oder ähnlichen Gründen abzulehnen und zu löschen (Ablehnungsbe-

fugnis). Die Agentur ist nicht verpflichtet, Material und dessen Inhalt vorab auf deren rechtliche Zulässigkeit hin zu überprüfen. Die Agentur ist insbesondere berechtigt, Werbemaßnahmen auszusetzen, zu löschen oder löschen zu lassen, wenn sie wegen eines behaupteten Verstoßes gegen Rechte Dritter oder eines behaupteten rechtswidrigen Inhalts von einem Dritten in Anspruch genommen wird. Die Vergütungspflicht des Kunden in den vorgenannten Fällen entfällt nicht. Etwaige Schadensersatzansprüche der Agentur bleiben hiervon unberührt.

4.7. Im Falle des Vorliegens einer Ablehnungsbefugnis (vgl. Ziffer 4.6) ist die Agentur daneben zur außerordentlichen, fristlosen Kündigung des Vertrages gegenüber dem Kunden berechtigt.

4.8 Der Kunde hat der Agentur innerhalb angemessener Frist, in der Regel nicht mehr als zehn Werkzeuge, mitzuteilen, ob er einen von der Agentur unterbreiteten Vorschlag zur Gestaltung und Durchführung von Werbemaßnahmen annimmt, diesen mit oder ohne Änderungen anzunehmen bereit ist oder ihn ablehnt. Nimmt der Kunde den von der Agentur vorgeschlagenen Entwurf ohne Änderung an, so gilt dies gleichzeitig als Genehmigung des mit dem Vorschlag der Agentur verbundenen Kostenvoranschlags.

4.9 Hat der Kunde die Beauftragung Dritter (Ziffer 3.2) akzeptiert (z.B. durch Freigabe der Mediabuchung gem. Ziffer 3.4), ist der Kunde verpflichtet, sämtliche Ansprüche des Dritten (z.B. Ansprüche des Medienpartners), die aus der Freigabe resultieren, zu tragen und die Agentur gegenüber dem Dritten insoweit von sämtlichen Ansprüchen freizustellen.

4.10 Nutzungsrechtliche Gebühren, Entgelte, Abgeltungen oder Ähnliches (z.B. GEMA-Gebühren, Künstlersozialversicherungsabgaben etc.) hat der Kunde zu tragen.

4.11 Der Kunde verpflichtet sich, die anwendbaren datenschutzrechtlichen Bestimmungen einzuhalten und diese Verpflichtung auch seinen Mitarbeitern aufzuerlegen.

## 5. Inventory Media Leistungen

5.1 Die Agentur bietet ihren Kunden selbst oder im Rahmen von Kooperationen mit Partneragenturen auch sog. Inventory Media Leistungen an. Unter Inventory Media sind insbesondere die folgenden Produkte und Dienstleistungen (nachfolgend zusammenfassend „Inventory Media Leistungen“ genannt) zu verstehen:

a) sog. DSP Marktplätze; Demand Side Platforms, also Onlinemedien, die z.B. zielgruppenspezifisch profiliert und hinsichtlich der jeweilig definierten Kundenbedürfnisse selektiert und/oder optimiert werden oder die im Zusammenhang mit einer horizontalen Reichweitenoptimierung oder im Rahmen von Performancemarketing (CpX) eingesetzt werden.

b) Werbeplätze in Medien, welche die Agentur auf eigene Kosten und eigenes Risiko ohne Beauftragung eines bestimmten Kunden erworben hat.

5.2 Bei dem Angebot von Inventory Media Leistungen durch die Agentur handelt es sich um eine freiwillige, zusätzliche Leistung der Agentur im Rahmen aktuell bestehender Kooperationen mit anderen Media-Agenturen. Aufgrund der mit Inventory Media Leistungen verbundenen Preis- und/o-

der Leistungsvorteile für den Kunden einerseits und des zusätzlichen Aufwandes und Risiken für die Agentur andererseits, gelten für Inventory Media Leistungen zusätzlich die nachfolgenden Regelungen:

a) Sämtliche von der Agentur für Inventory Media Leistungen angebotenen Preise sind Festpreise, die alle Kosten und Rabatte enthalten. Eine (weitere) Rabattierung und/oder Skontierung der Festpreise ist in jedem Fall ausgeschlossen.

b) Die Agentur hat keine Offenlegungspflicht und der Kunde hat kein Auskunfts-, Einsichts- und/oder Prüfungsrecht hinsichtlich der Konditionen, zu denen die Agentur Inventory Media Leistungen von Dritten erworben hat, und aller Dokumente, aus denen diese Konditionen ersichtlich sind (insbesondere Verträge, Angebote, Auftragsbestätigungen und Rechnungen).

c) Bei Inventory Media Leistungen sind Buchungsänderungen des Kunden (z.B. Änderung des Leistungsumfanges oder -inhalts nach Annahme des Kundenauftrags durch die Agentur) grundsätzlich ausgeschlossen. Ein Anspruch des Kunden auf Buchungsänderungen bei Inventory Media Leistungen besteht in keinem Fall. Will der Kunde bei einer Inventory Media Leistung dennoch eine Buchungsänderung durchführen, hat er dies der Agentur schriftlich anzuzeigen. Die Agentur wird die Anfrage des Kunden prüfen und – sofern möglich – umsetzen. Sollte die Umsetzung der Buchungsänderung mit zusätzlichen Kosten verbunden sein, wird die Agentur den Kunden vorher über Art und Höhe der Kosten informieren. Der Kunde hat der Agentur in diesem Fall unverzüglich mitzuteilen, ob er die zusätzlichen Kosten für die Buchungsänderung übernimmt. Nur im Fall der Kostenübernahme durch den Kunden wird die Agentur die entsprechende Buchungsänderung durchführen.

d) Die Stornierung von Inventory Media Leistungen ist grundsätzlich ausgeschlossen, insbesondere wenn der Kunde Inventory Media Leistungen bereits beauftragt oder freigegeben hat.

5.3 Die in dieser Ziffer 5 enthaltenen Regelungen gelten für alle Produkte und Dienstleistungen, die ausdrücklich in einem von dem Kunden genehmigten Mediaplan, einem Zeitplan, einem Kostenvoranschlag oder einem anderem Dokument (z.B. Angebot, Angebotsannahme, E-Mail, Schriftverkehr) als "Inventory Media" benannt sind. Soweit Regelungen in dieser Ziffer 5 in Widerspruch zu den sonstigen Regelungen dieser AGB stehen, gehen die Regelungen dieser Ziffer 5 den übrigen AGB vor, soweit es sich um Inventory Media Leistungen handelt.

## 6. Vergütung und Fälligkeit

6.1 Die Vergütung der Agentur ergibt sich aus dem Kundenauftrag oder der Annahme der Agentur, wobei letztere im Zweifel vorrangig ist.

6.2 Die Agentur wird die gesetzlich geschuldete Umsatzsteuer in den Rechnungen gesondert ausweisen.

6.3 Die Vergütung sowie sämtliche Kosten einer Kampagne (z.B. Kosten gem. Ziffer 4.9 oder 4.10) werden dem Kunden am 10. des Vormonats des Beginns einer Kampagne in Rechnung gestellt. Die Beträge sind innerhalb von 14 Tagen nach Zugang der Rechnung oder Zahlungsaufforderung ohne Abzug zu zahlen. Bei kurzfristigen Buchungen

kann die Agentur das Zahlungsziel entsprechend kürzer ansetzen.

6.4 Die Agentur kann die Erbringung der ihr obliegenden Leistungen, insbesondere die Beauftragung von Drittleistungen (vgl. Ziffer 3.2 und 3.4) und den Kampagnenstart, zurückstellen, bis der Kunde seine Rechnungen bezahlt hat. Dies gilt auch dann, wenn der Kunde Rechnungen Dritter (z.B. der beauftragten Medienpartner) zu spät oder nicht begleicht.

6.5 Zahlungen des Kunden an die Agentur haben dergestalt zur erfolgen, dass die Agentur spätestens am Fälligkeitstag über den Betrag verfügen kann.

6.6 Im Fall einer nicht fristgerechten Zahlung ist der fällige Betrag ab dem Fälligkeitszeitpunkt mit 8 %-Prozentpunkten über dem jeweils gültigen Basiszinssatz zu verzinsen. Die Geltendmachung eines weiteren Schadens bleibt hiervon unberührt.

6.7 Im Fall einer nicht fristgerechten Zahlung kann die Agentur von dem Vertrag mit dem Kunden zurücktreten. Ferner ist die Agentur bei nicht fristgerechter Zahlung berechtigt, bereits gebuchte Drittleistungen (Ziffer 3.4) ganz oder teilweise zu stornieren. Die Kosten der Stornierung trägt der Kunde.

6.8 Für den Fall, dass Ansprüche der Agentur gegen den Kunden aufgrund nachträglich bekannt werdender oder eintretender Umstände, die zu einer deutlichen Vermögensverschlechterung des Kunden führen, gefährdet sind, ist die Agentur berechtigt, die Ansprüche sofort fällig zu stellen. § 321 BGB bleibt unberührt.

6.9 Der Kunde hat Einwendungen gegen den Rechnungsbetrag innerhalb von sechs Wochen nach Zugang der Rechnung schriftlich gegenüber der Agentur geltend zu machen. Das Unterlassen der rechtzeitigen Einwendung gilt als Genehmigung der Rechnung insgesamt.

## **7. Vertragsdauer und Stornierung**

7.1 Die Laufzeit des Vertrages zwischen Agentur und Kunden sowie etwaige ordentliche Kündigungsfristen ergeben sich aus dem Kundenauftrag oder der Angebotsannahme der Agentur, wobei letztere im Zweifel vorrangig ist.

7.2 Enthält ein unbefristeter Vertrag keine Vereinbarung zu den ordentlichen Kündigungsfristen, kann dieser von beiden Seiten ordentlich mit einer Frist von drei Monaten zum Ende eines jeden Kalenderjahres gekündigt werden. Das Recht zur sofortigen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

7.3 Die Kündigung bedarf der Schriftform. Für die Wahrung der Frist ist der rechtzeitige Zugang der Erklärung bei der jeweils anderen Vertragspartei maßgeblich.

7.4 Bei der Beauftragung Dritter (Ziffer 3.2 und 3.4) gelten für Buchungsänderungen, Stornierungen oder Reklamationen die Bestimmungen des jeweiligen Dritten (z.B. Medienpartner, Medien oder Produzenten). Die Kosten für nicht stornierbare Buchungen trägt der Kunde.

## **8. Gewährleistung**

8.1 Der Kunde ist verpflichtet, die Leistungen der Agentur unverzüglich nach deren Erhalt auf etwaige Mängel zu untersuchen. Der Kunde muss erkannte Mängel innerhalb einer Frist von 3 Werktagen ab deren Entdeckung schriftlich anzeigen. Anderenfalls ist die Geltendmachung des Gewährleistungsanspruches ausgeschlossen.

8.2 Der Kunde muss offensichtliche Mängel jedenfalls innerhalb einer Frist von 3 Werktagen ab Erhalt der Leistung schriftlich anzeigen. Anderenfalls ist die Geltendmachung des Gewährleistungsanspruches ausgeschlossen.

8.3 Der Kunde ist verpflichtet, auch die von einem Dritten (insbesondere Medienpartnern) auf Rechnung des Kunden erbrachten Leistungen unverzüglich nach Maßgabe der Ziffern 8.1 und 8.2 auf etwaige Mängel und Einwände hin zu überprüfen. Beanstandungen sind der Agentur und dem Dritten unverzüglich anzuzeigen. Sollte der Kunde gegen die von dem Dritten (insbesondere Medienpartner) erbrachte Leistung Einwände erheben und/oder den Rechnungsbetrag kürzen wollen, so ist dies der Agentur unverzüglich anzuzeigen. Bei eventuellen Differenzen oder Rechtsstreitigkeiten mit einem Dritten (Medienpartner) werden der Kunde und die Agentur gemeinsam im Sinne des Kunden handeln.

8.4 Bei Mängeln leistet die Agentur zunächst nach ihrer Wahl Nachbesserung oder Neuherstellung. Schlägt die Nacherfüllung fehl, kann der Kunde mindern oder nach seiner Wahl vom Vertrag zurücktreten. Bei nur geringfügigen Mängeln steht dem Kunden kein Rücktrittsrecht zu. Weitergehende Ansprüche, beispielsweise auf Schadensersatz oder Ersatz vergeblicher Aufwendungen, bestehen nur nach Maßgabe der Ziffer 9.

8.5 Teilmängel berechtigen nicht zur Beanstandung der gesamten Leistung, sofern eine Trennung von mangelfreier und mangelhafter Leistung mit zumutbarem Aufwand möglich ist und die Teillieferung zulässig ist (vgl. 3.3).

## **9. Haftungsbeschränkung**

9.1 Schadens- und Aufwendungsersatzansprüche des Kunden gegen die Agentur, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen. Dieser Haftungsausschluss gilt nicht

- a) bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur und deren Erfüllungsgehilfen und Vertretern,
- b) bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, auch durch gesetzliche Vertreter oder Erfüllungsgehilfen der Agentur,
- c) im Falle schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit des Kunden durch die Agentur oder deren Erfüllungsgehilfen und Vertreter,
- d) bei arglistig verschwiegenen Mängeln und übernommener Beschaffenheitsgarantie.

9.2 Die Haftung für entgangenen Gewinn des Kunden ist in jedem Falle ausgeschlossen.

9.3 Die Haftung der Agentur - gleich aus welchem Rechtsgrund - ist insgesamt auf den Auftragswert beschränkt.

## **10. Verjährung**

10.1 Die Gewährleistungsansprüche des Kunden wegen Mängeln verjähren in 12 Monaten nachdem der Kunde die Leistung von der Agentur erhalten hat. Dies gilt nicht im Falle des Vorsatzes sowie bei Personenschäden. Eine von der Agentur vorgenommene Nachbesserung oder Neuherstellung lassen die Verjährungsfrist nicht neu beginnen.

10.2 Alle sonstigen Ansprüche des Kunden verjähren in 12 Monaten. Die Frist beginnt mit Entstehung des Anspruchs, nicht jedoch bevor der Kunde Kenntnis oder grob fahrlässige Unkenntnis von den anspruchsbegründenden Tatsachen hat. Unberührt hiervon bleibt die Haftung der Agentur wegen vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzungen sowie die Haftung für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz; es gilt insoweit die jeweilige gesetzliche Verjährungsfrist und der jeweilige gesetzliche Verjährungsbeginn.

## **11. Schlussbestimmungen**

11.1 Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Genügen sie dieser Form nicht, sind sie nichtig. Dies gilt auch für Änderungen dieser Klausel.

11.2 Sollte eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam oder nichtig sein oder werden, so berührt dies die Gültigkeit der AGB im Übrigen nicht.

11.3 Die Parteien verpflichten sich, die unwirksame Bestimmung durch eine angemessene wirksame Vereinbarung zu ersetzen, die dem Gewollten wirtschaftlich am nächsten kommt. In Ermangelung einer solchen Vereinbarung gilt das, was verständige Parteien an Stelle der Vertragspartner verständigerweise vereinbart hätten, um das wirtschaftliche Gewollte zu erreichen. Das Gleiche gilt im Falle einer Regelungslücke.

11.4 Für diese AGB und alle Rechtsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland, unter Ausschluss internationalen Einheitsrechts.

11.5 Ausschließlicher - auch internationaler - Gerichtsstand für alle Streitigkeiten zwischen der Agentur und dem Kunden aus oder in Verbindung mit dem Vertragsverhältnis ist München. Dies gilt auch dann, falls der Kunde bei Klageerhebung keinen Sitz oder gewöhnlichen Aufenthalt in der Bundesrepublik Deutschland hat.

11.6 Der Kunde ist zur Abtretung oder Übertragung von Forderungen aus dem und im Zusammenhang mit dem Vertrag nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung der Agentur berechtigt.

11.7 Der Kunde ist zur Aufrechnung nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen berechtigt. Der Kunde ist zur Zurückbehaltung nur mit unbestrittenen, entscheidungsreifen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen berechtigt.

München, 01.01.2014

BrainagencyMedia GmbH