

Allgemeine Geschäftsbedingungen der pd.Media Sales GmbH für Anzeigen, Beilagen und digitale Werbemittel.

Geltungsbereich

1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen der pd.Media Sales GmbH, Curt-Frenzel-Straße 2, 86167 Augsburg, gelten für Anzeigen und Fremdbeilagen in allen über die pd.Media Sales buchbaren Titel (Print und Online) sowie für digitale Werbemittel auf den über die pd.Media Sales buchbaren Online-Nachrichtenportalen.

1.2 „Auftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeige/n und/oder der Vertrag über die Beilegung einer oder mehrerer Beilage/n eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift und/oder der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeige/n in Online-Rubrikenmärkten und/oder der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer digitaler Werbemittel/s auf Online-Nachrichtenportalen, zum Zweck der Verbreitung.

1.3 „Abschluss“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist eine Vereinbarung zwischen einem Geschäftskunden und der pd.Media Sales über Aufträge für Printanzeigen mit etwaiger Online-Veröffentlichung. Sie beinhaltet, dass der Auftraggeber im Laufe eines Jahres eine bestimmte Anzahl von Anzeigen bzw. Anzeigenmillimetern abnehmen wird und dafür einen Nachlass eingeräumt bekommt.

1.4 „Anzeige“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist eine Printanzeige in Zeitungen und Zeitschriften, eine Online-Anzeige in Online-Rubrikenmärkten oder ein anderes digitales Werbemittel.

1.5 „Digitales Werbemittel“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist eine Werbefläche in Online-Diensten der pd.Media Sales, die beispielsweise aus einem oder mehreren der folgende Elemente bestehen kann: 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, Hyperlink).

2. Vertragsschluss, Stornierung

2.1 Aufträge können schriftlich, mündlich, per Fax, per E-Mail, telefonisch oder im Internet über die Webseite(n) der pd.Media Sales beauftragt werden. Der Vertrag kommt zustande, wenn die pd.Media Sales den Auftrag annimmt.

2.2 Mit der Erteilung eines Auftrages erkennt der Auftraggeber diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preislisten der pd.Media Sales an.

2.3 Die pd.Media Sales behält sich vor, Aufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen der pd.Media Sales abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze und/oder behördliche Bestimmungen verstößt, Rechte Dritter verletzt oder deren Inhalt vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für die pd.Media Sales unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden.

2.4 Bei Kenntnis von unzulässigen Inhalten oder etwaigen Rechtsverletzungen in online veröffentlichten Anzeigen kann die pd.Media Sales die Anzeige ganz oder teilweise ohne vorangegangene Benachrichtigung des Auftraggebers löschen oder sperren lassen. Der Auftraggeber bleibt in diesem Fall zur Zahlung der vollen vertraglich vereinbarten Vergütung verpflichtet. Ansprüche jeglicher Art des Auftraggebers gegen die pd.Media Sales sind in diesem Zusammenhang ausgeschlossen.

2.5 Beilagenaufträge sind für die pd.Media Sales erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

2.6 Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

2.7 Bei einem Abschluss sind Printanzeigen im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

2.8 Bei einem Abschluss ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2.7 genannten Frist auch über die im Abschluss genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Printanzeigen gegen gesonderte Vergütung zu beauftragen.

2.9 Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die pd.Media Sales ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

2.10 Eine Stornierung des Auftrags muss schriftlich oder in Textform (per Fax oder E-Mail) erfolgen und spätestens zum Anzeigenschluss der betreffenden Ausgabe der pd.Media Sales vorliegen. Satzkosten für rechtzeitig stornierte Anzeigen stellt die pd.Media Sales in Rechnung. Rückzuzahlende Anzeigenbeträge werden um diese Satzkosten gekürzt.

2.11 Der Auftraggeber kann seine online veröffentlichte Anzeige bereits vor Beendigung der Vertragslaufzeit von der pd.Media Sales deaktivieren lassen. Er bleibt in diesem Fall aber zur Zahlung der vollen vertraglich vereinbarten Vergütung verpflichtet.

3. Preise, Nachlässe

3.1 Die Anzeigen- und Beilagenpreise bestimmen sich grundsätzlich nach den jeweils aktuellen Preislisten der pd.Media Sales.

3.2 Die pd.Media Sales behält sich Abweichungen von den in den Preislisten ausgewiesenen Rabattkonditionen vor.

3.3 Für Sonderbeilagen und Sonderveröffentlichungen können von der pd.Media Sales besondere Preise festgesetzt werden.

3.4 Aus einer Auflagenminderung des jeweils gebuchten Titels kann bei einem Abschluss ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche

Auflage – oder wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H.,

bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H.,

bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H.,

bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn pd.Media Sales dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

3.5 Der Auftraggeber hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Abschluss getätigt hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Ansprüche auf rückwirkenden Nachlass müssen spätestens vier Wochen nach Ablauf des Auftragsjahres gestellt sein.

3.6 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die die pd.Media Sales nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass der pd.Media Sales zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich der pd.Media Sales beruht.

3.7 Bei der Errechnung der Abnahmemengen von Printanzeigen werden Text-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

3.8 Bei Insolvenz, Vergleich und Liquidation entfällt jeder gewährte Nachlass, es sei denn, der Vertrag wird vollständig erfüllt.

3.9 Den Tochterunternehmen eines Konzerns kann nach Vereinbarung ein Konzernrabatt gewährt werden. Voraussetzung für die Gewährung eines Konzernrabattes ist der schriftliche Nachweis einer Beteiligung von mindestens 51 Prozent. Konzernrabatt wird nur bei privatwirtschaftlich organisierten Zusammenschlüssen gewährt. Keine Anwendung erfolgt z.B. beim Zusammenschluss verschiedener selbständiger hoheitlicher Organisationen oder bei Zusammenschlüssen, bei denen Körperschaften des öffentlichen Rechts beteiligt sind.

3.10 Werbeagenturen und Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten der pd.Media Sales zu halten. Die von der pd.Media Sales gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Die Werbeagentur erhält die Mittlungsvergütung ausschließlich auf den Grundpreis.

3.11 Bei Änderung der Anzeigen- und Beilagenpreise treten die neuen Bedingungen auch für Aufträge aus laufenden Abschlüssen sofort in Kraft, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.

4. Zahlung

4.1 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung/Laufzeitbeginn der Anzeige übersandt. Der Rechnungsbetrag ist sofort fällig, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

4.2 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in der jeweils geltenden gesetzlichen Höhe sowie die Einziehungskosten berechnet. Die pd.Media Sales kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist die pd.Media Sales berechtigt, auch während der Laufzeit eines Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen und/oder die Annahme weiterer Beilagen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

5. Ausführung von Aufträgen

5.1 Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder mit bestimmten Platzierungen veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei der pd.Media Sales eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgebildet, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf. Eine falsche Rubrizierung durch den Auftraggeber ist unzulässig und kann ohne vorherige Benachrichtigung des Auftraggebers von der pd.Media Sales berichtigt werden.

5.2 Textteil-Anzeigen sind Printanzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche von der pd.Media Sales mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

5.3 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen/Werbemittel oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Daten fordert die pd.Media Sales unverzüglich Ersatz an. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung der zur Veröffentlichung bestimmten Unterlagen, bei elektronischer Übermittlung insbesondere die Gefahr für den Verlust von Daten.

5.4 Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen oder Änderungen und bei unleserlichen Manuskripten übernimmt die pd.Media Sales keine Haftung für die Richtigkeit der Ausführung.

5.5 Korrekturabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Korrekturabzüge. Die pd.Media Sales berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihr innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

5.6 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Printanzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

5.7 Elektronisch übermittelte Druckunterlagen müssen den Erfordernissen der pd.Media Sales vollständig entsprechen. Für Abweichungen von diesen Erfordernissen, für fehlerhafte Dateien, fehlende Auftragsunterlagen und Andrucke sowie für die fehlerhafte Übermittlung übernimmt die

pd.Media Sales keine Haftung. Der Auftraggeber stellt der pd.Media Sales Druckunterlagen nach DIN ISO 12647-3 (Norm für den standardisierten Zeitungsdruck, die alle qualitätsrelevanten Parameter im Herstellungsprozess definiert) sowie gemäß den technischen Angaben in den Preislisten zur Verfügung. Ein farbverbindlicher Proof ist bei mehrfarbigen Anzeigen Bestandteil dieser Druckunterlagen. Sollte keine verbindliche Farbvorlage rechtzeitig vorhanden sein, liegt die Farbgebung im Druck im Ermessen der pd.Media Sales und ist von Preisminderungsansprüchen ausgeschlossen.

5.8 Elektronisch übermittelte Dateien hat der Auftraggeber frei von sog. Computerviren und/oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Bei Feststellen von Schadensquellen jedweder Art in einer übermittelten Datei wird die pd.Media Sales von dieser Datei keinen Gebrauch machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. –begrenzung erforderlich löschen, ohne dass der Auftraggeber (Schadensersatz-)Ansprüche jedweder Art geltend machen kann. Die pd.Media Sales behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn ihr durch eine vom Auftraggeber infiltrierte Schadensquelle ein Schaden entstanden ist.

5.9 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen/Werbemittel und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Hat die pd.Media Sales die optische und technische Gestaltung der Anzeige und/ oder Beilage für den Auftraggeber ausgeführt, so ist eine Verwendung dieser Vorlage zum Zweck anderweitiger Veröffentlichungen nur mit ausdrücklicher Zustimmung der pd.Media Sales gestattet.

5.10 Platzierungsangaben bei Aufträgen können nur als Wunsch, nicht jedoch als Bedingung geäußert werden.

5.11 Die pd.Media Sales darf Printanzeigen auch ohne Rücksprache mit dem Auftraggeber parallel in Online-Rubrikenmärkten der pd.Media Sales im Internet veröffentlichen. Unbeschadet des Rechts der pd.Media Sales Printanzeigen nach eigenem Ermessen parallel online zu veröffentlichen, kann zu einer Printanzeige die parallele Online-Veröffentlichung als kostenpflichtige Zusatzoption beauftragt werden. Ist die Online-Veröffentlichung nicht als kostenpflichtige Zusatzoption beauftragt oder vom Verlag ausdrücklich zugesagt worden, besteht hierauf kein Anspruch.

5.12 Reine Online-Anzeigen werden nur online in der entsprechenden Rubrik und für den vereinbarten Zeitraum veröffentlicht. Die Platzierung einer Online-Anzeige erfolgt nach dem Ermessen der pd.Media Sales. Ein Anspruch auf eine bestimmte Platzierung besteht nur, wenn die besondere Platzierung ausdrücklich vereinbart ist.

5.13 Auf den Ausschluss von Konkurrenzanzeigen/Mitbewerbern besteht kein Anspruch.

6. Digitale Werbemittel

6.1 Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass über die digitalen Werbemittel nicht auf Webseiten und/oder Daten zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht und/oder Rechte Dritter verstoßen und/oder unzumutbare Inhalte, insbesondere rassistischer, gewaltverherrlichender oder pornografischer Natur, aufweisen. Selbiges gilt für das digitale Werbemittel selbst.

6.2 Der Auftraggeber räumt der pd.Media Sales sämtliche für die Nutzung des Werbemittels in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und Kennzeichnungsrechte und sonstigen Rechte ein, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung, Übertragung, Sendung,

Bearbeitung, Einstellung in/Entnahme aus einer Datenbank und Bereithalten zum Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

6.3 Der Anbieter gewährleistet 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 bei der Wiedergabe/Darstellung des Werbemittels. Ferner ist die Gewährleistung ausgeschlossen bei Fehlern der Wiedergabe/Darstellung, die hervorgerufen werden 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 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 und der Anbieter diese Fälle nicht zu vertreten hat. 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.

7. Gewährleistung

7.1 Die pd.Media Sales gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

7.2 Der Auftraggeber hat die Veröffentlichung der von ihm in Auftrag gegebenen Anzeige/n und/oder Beilage/n unverzüglich nach deren Veröffentlichung zu prüfen. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln grundsätzlich unverzüglich nach Veröffentlichung der Anzeige und/oder Beilage, spätestens aber innerhalb von 2 Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden, bei nicht offensichtlichen Mängeln binnen 1 Jahres nach Veröffentlichung der Anzeige und/oder Beilage. Entspricht die Anzeige – trotz der rechtzeitigen Lieferung einwandfreier Druckunterlagen/Werbemittel – nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit und wurde rechtzeitig reklamiert, kann Zahlungsminderung in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde oder die Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangt werden. Der Anspruch auf Veröffentlichung einer Ersatzanzeige ist gänzlich ausgeschlossen, wenn dies für pd.Media Sales mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt die pd.Media Sales eine ihr für die Ersatzanzeige gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert sie die Nacherfüllung oder ist diese unzumutbar oder schlägt fehl, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten und Unternehmern verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

7.3 Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so stehen dem Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche gegen die pd.Media Sales zu. Bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen wird kein Nachlass oder Ersatz gewährt, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor der nächsten Einschaltung auf den Fehler hinweist.

7.4 Die pd.Media Sales strebt die Einhaltung einer Verteilquote für wöchentliche Anzeigenblätter von 90 bis 95 Prozent der erreichbaren Haushalte im jeweiligen Verbreitungsgebiet an und kontrolliert die Einhaltung dieser Verteilquote selbst oder durch den mit der Verteilung beauftragten Dienstleister stichprobenartig. Branchenübliche Abweichungen von dieser Verteilquote begründen keine Gewährleistungsansprüche. Etwaige Reklamationen über die nicht vertragsgerechte Ausführung einer Verteilung müssen Tag, Ort, Straße und Hausnummer sowie Namen des Reklamanten und die genauen Umstände enthalten, die den Anlass zur Reklamation geben. Sie haben grundsätzlich schriftlich zu erfolgen und müssen bei offensichtlichen Mängeln innerhalb von drei Arbeitstagen ab vertraglich festgelegtem Verteilende bei pd.Media Sales vorliegen, damit Beanstandungen überprüft und ggf. abgestellt werden können. Stellt sich eine vom Auftraggeber veranlasste zusätzliche Überprüfung der Verteilleistung als unbegründet heraus, können hierfür entstandene Kosten dem Auftraggeber in Rechnung gestellt werden.

8. Haftung, Freistellung

8.1 Eine Haftung der pd.Media Sales auf Schadens- oder Aufwendungsersatz – gleich aus welchem Rechtsgrund – besteht nur, wenn der Schaden bzw. die Aufwendungen auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit der pd.Media Sales zurückzuführen sind oder durch schuldhafte Verletzung einer verkehrswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise von der pd.Media Sales verursacht wurden. Haftet die pd.Media Sales nach den vorstehenden Grundsätzen dem Grunde nach, ohne dass Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorliegen, so ist die Haftung der pd.Media Sales der Höhe nach auf den typischen Schadens- bzw. Aufwendungsumfang, der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses vernünftigerweise voraussehbar war, und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt begrenzt. Die pd.Media Sales haftet nicht für den Werbeerfolg einer Anzeige und/oder Beilage. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse gelten nicht bei schuldhafter Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, für Haftungsansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz sowie im Falle einer vertraglich vereinbarten verschuldensunabhängigen Einstandspflicht. Soweit die Haftung der pd.Media Sales nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Organe, Arbeitnehmer, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

8.2 Für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit von Anzeigen und Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Der pd.Media Sales obliegt keine Prüfpflicht, ob die Anzeigen oder Beilagen Rechte Dritter beeinträchtigen. Der Auftraggeber stellt sicher, dass er alle zur Veröffentlichung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt die pd.Media Sales von allen Ansprüchen Dritter – gleich aus welchem Rechtsgrund – die wegen der Veröffentlichung der Anzeigen oder Beilagen geltend gemacht werden, oder sonstigen Schäden, die der pd.Media Sales durch die Veröffentlichung entstehen, frei. Die Freistellung umfasst auch evtl. erforderliche Rechtsverteidigungskosten. Der Auftraggeber hat auch die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, Richtigstellung oder Widerruf, die sich auf Tatsachenbehauptungen der veröffentlichten Anzeige beziehen, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.

8.3 Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die die pd.Media Sales 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. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen. Bei Nachholung des Auftrages nicht

innerhalb angemessener und zumutbarer Zeit hat der Auftraggeber Anspruch auf Rückzahlung der von ihm insoweit entrichteten Vergütung. Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

9. Datenschutz

9.1 Die Verarbeitung personenbezogener Daten erfolgt gemäß den jeweils geltenden gesetzlichen Bestimmungen. Die Datenschutzinformationen gemäß Art. 13 Datenschutz-Grundverordnung werden in einem gesonderten Dokument zur Verfügung gestellt und können unter folgendem Link abgerufen werden: <https://www.pdmediasales.de/datenschutz/>

9.2 Bei Geschäftskunden wird die E-Mail-Adresse des Ansprechpartners, die er bei der Auftragserteilung angegeben hat, für die elektronische Übersendung von Werbung für eigene ähnliche Waren und Dienstleistungen der pd.Media Sales verwendet. Der Geschäftskunde/Ansprechpartner hat das Recht, dieser Verwendung seiner E-Mail-Adresse jederzeit zu widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen. Der Widerspruch ist zu richten an: pd.Media Sales GmbH, Curt-Frenzel-Str. 2, 86167 Augsburg, E-Mail: widerspruch@pdmediasales.de

10. Schlussbestimmungen

10.1 Erfüllungsort ist – soweit es sich nicht um Verbraucher handelt – der Sitz pd.Media Sales.

10.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz der pd.Media Sales.

10.3 Es gilt ausschließlich deutsches Recht.

Stand: 01.01.2020