

AGB



Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Produkte und Abonnements [Speichern](#)

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für die Teilnahme an Veranstaltungen (Seminare, Webinare etc.) [Speichern](#)

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und Zeitschriften [Speichern](#)

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für das Werbegeschäft in Online-Medien [Speichern](#)

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, dem Newsletterversand und den mobilen Endgeräten zum Zwecke der Verbreitung.

(2) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste bzw. die Mediadaten von LV, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers (AG) oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens LV nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. LV schließt, vorbehaltlich anderweitiger ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarungen, einen Vertrag mit dem AG grundsätzlich nur auf Grundlage seiner AGB. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

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 Bewegtbildern (u. a. Banner), aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken u. a. 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 Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsabschluss

(1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. 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. LV ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

(3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z. B. Banner, Pop-up-Werbung ...) bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail 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 – kostenpflichtig, gemäß der dann geltenden Preisliste.

6. Nachlasserstattung

(1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die LV nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass LV 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. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

7. Datenanlieferung

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Anbieters entsprechende Werbemittel rechtzeitig (gemäß der in den Mediaunterlagen angegebenen Frist) vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 10 MB pro E-Mail weitergeleitet.

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

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

8. Chiffrewerbung

(1) Für den Fall, dass Chiffrewerbung geschaltet werden kann, werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt abgerufen werden, werden vernichtet bzw. gelöscht.

(2) Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobyte pro E-Mail weitergeleitet. Wir archivieren alle per Mail eingehenden Rückmeldungen auf Chiffreanzeigen im Archiv. Die Mails werden ausgedruckt und per Post an den Inserenten versandt.

9. Ablehnungsbefugnis

(1) LV 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 LV wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

(2) Insbesondere kann LV 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 ein Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

10. Rechte/Rechteeinräumung

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

(2) Der Auftraggeber überträgt LV sämtliche für die Nutzung der Werbung in OnlineMedien 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

(1) LV gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Basis für die Auswertung und Abrechnung sind die durch LV ermittelten AdImpressions. 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 E-Mail-Client) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder
- 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. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird LV versuchen, den Ausfall an Medialeistung (PIs) nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des AGs nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des AGs für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(2) Soweit LV dies gewährleistet, hat der AG bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels Anspruch auf Verlängerung des Insertionszeitraumes oder auf Schaltung eines Ersatzwerbemittels, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Verlängerung des Insertionszeitraumes bzw. der Schaltung eines Ersatzwerbemittels hat der AG ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages in Bezug auf den Anteil der noch nicht erbrachten Medialeistung; im Übrigen ist ein Rücktrittsrecht ausgeschlossen.

(3) Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt LV nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit. Gefahrübergang ist mit Eingang des Werbemittels auf einem der Server von LV.

(4) Soweit die Werbemittel nicht auf einem Server von LV liegen, sondern durch den Server eines Dritten ausgeliefert werden und der AG insoweit, wie unter Ziff. 11.2. beschrieben, LV das Werbemittel über Mitteilung der URL des Werbemittels auf dem Server des AGs bzw. des Dritten bereitstellt, übernimmt LV keine Gewährleistung und keine Haftung für die Auslieferung der Daten über das Internet sowie auch nicht bzgl. der sich daraus ergebenden weiteren Risiken, wie z.B. fehlerfreie Auslieferung und Beschaffenheit des Werbemittels und die Datensicherheit.

(5) LV wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellstmöglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen. LV wird sich bemühen, den Service über das Web stets zugänglich zu halten.

(6) LV steht für die Verfügbarkeit seiner Server insoweit ein, als die Nichtverfügbarkeit und damit die Arbeiten und Ausfallzeiten auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten von LV beruhen. Dies gilt nicht für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf höherer Gewalt beruht, von LV nicht zu vertreten ist oder die Arbeiten lediglich im Interesse des AGs erfolgen.

(7) LV und der Dienstanbieter schließen im Übrigen ausdrücklich jede Gewährleistung aus.

(8) LV ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr und/oder die Haftung.

(9) LV leistet nur Schadensersatz bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft; in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug oder aus Unmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu rechnen war, jedoch nicht für irgendwelche besonderen, zufällig entstandenen oder indirekten Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren und vom AG nicht beherrschbaren Schaden begrenzt. Soweit eine Kardinalspflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet LV höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die LV für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

(10) Die Haftung für Personenschäden und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt.

(11) Auf Mängel können Schadensersatzansprüche des AGs nur gestützt werden, soweit sie von LV gem. §§ 276, 278 BGB zu vertreten sind.

(12) LV übernimmt, abgesehen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, für Speicherausfall, Unterbrechung, evtl. Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung bei der Kommunikation.

(13) Ziff. (13) und (14) gilt nicht für Staaten bzw. Gerichtsbarkeiten, die den Ausschluss oder die Begrenzung der Haftung für Folge- oder zufällig entstandene Schäden nicht gestatten.

(14) Der AG haftet für alle Folgen und Nachteile, die LV durch die missbräuchliche oder rechtswidrige Verwendung der Dienste oder dadurch entstehen, dass der AG seinen sonstigen Obliegenheiten nach diesen AGB nicht nachkommt. Der AG stellt LV von jeglichen Ansprüchen oder Forderungen Dritter auf erstes Anfordern frei, die diese wegen Verletzung von Rechten durch den AG bzw. auf Grund der vom AG erstellten Inhalte geltend machen, einschließlich angemessener Rechtsverfolgungs- und Anwaltskosten. Ferner verpflichtet sich der AG, LV bei der Abwehr solcher Ansprüche zu unterstützen.

(15) Die vorstehenden Ziffern erstrecken sich auch auf die organschaftlich oder vertraglich bestimmten Vertreter von LV sowie auf ihre Erfüllungsgehilfen.

(16) Soweit LV zum Schadensersatz verpflichtet ist, hat LV den AG so zu stellen, als ob der Vertrag nicht geschlossen worden wäre (sog. negatives Interesse); Schadensersatz wegen Nichterfüllung ist ausgeschlossen.

12. Mängelrüge

Bei beiderseitigen Handelsgeschäften hat der AG das geschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist bei derartigen Handelsgeschäften beginnt bei offenen Mängeln mit der Schaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der AG die Mängelrüge, so gilt die Schaltung des Werbemittels als genehmigt.

13. Preisliste

Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten. Für von LV bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter 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 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

14. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. LV kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen LV, 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. Kündigung

Kündigung von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Letzte Stornierungsmöglichkeit ist jeweils eine Woche vor Schaltungsbeginn. Für Stornierungen ab vier Wochen bis eine Woche vor Schaltungsbeginn wird eine Stornogebühr in Höhe von 25 % des Rechnungsbetrags fällig. Speziell die PremiumPartnerschaft und die Teilnahme am Branchenverzeichnis verlängert sich nach Ablauf eines Buchungsjahres automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht mit einer Frist von 6 Wochen zum Ende des Buchungszeitraumes gekündigt wird. LV ist zur schriftlichen außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn

- der Kunde seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist,
- der Kunde in der Vergangenheit bereits einmal das Werbemittel bzw. die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat,
- der Kunde trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt,
- der Kunde ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot von LV zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt. Im Falle der außerordentlichen Kündigung kann LV mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Werbemittel absetzen. Im Falle einer außerordentlichen Kündigung seitens LV, hat der AG, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten Rabatt und dem Rabatt, wie er sich nach erfolgter Kündigung bezogen auf die tatsächlich erfolgte Schaltung des oder der Werbemittel errechnet, an LV zu erstatten.

16. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nicht anders vereinbart, obliegt es dem Anbieter, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel, soweit das angelieferte Werbemittel diese Spezifikation erfüllt, für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten.

17. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Der AG wird hiermit gemäß Teledienstedatenschutzgesetz (TDDSG), Mediendienstestaatsvertrag (MDStV), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen von LV, insbesondere die der Auftragserteilung und -bearbeitung angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG dieses angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.

18. Erfüllungsort/Gerichtsstand

Erfüllungsort ist Münster. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand Münster. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der

Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Münster vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

19. Schlussbestimmungen

(1) Alle Informationen, Einwilligungen, Mitteilungen oder Anfragen nach diesen AGB sowie Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB haben schriftlich zu erfolgen. Die Versendung per E-Mail entspricht der Schriftform. Bei Versendung per Telefax oder E-Mail ist das Eingangsdatum beim jeweils anderen Partner maßgebend.

(2) Änderungen und Ergänzungen dieser AGB einschließlich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.

(3) Die Regelung in diesen AGB gehen im Konfliktfalle den Regelungen in den Preistabellen, Rabattstaffeln, den Targeting-Kriterien sowie dem Skonto vor.

(4) Eine etwaige Ungültigkeit einer Bestimmung dieses Vertrages berührt nicht die Gültigkeit der übrigen Regelungen dieser Vereinbarung. Ungültige Bestimmungen sind durch solche zu ersetzen, die der beabsichtigten Bedeutung der ungültigen Bestimmung am nächsten kommen. Gleiches gilt bei Auftreten evtl. ausfüllungsbedürftiger Lücken.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für die Teilnahme an Gewinnspielen