

1. Geltungsbereich

1.1

Im Rahmen der Vermarktung von Werbung in bzw. über Online-Medien übernimmt die 24 interactive GmbH, im nachfolgenden „24 interactive“ benannt, die Vermittlung bzw. die Platzierung von Werbung in ihren Online Angeboten und den Angeboten ihrer Partner, sowie sonstige Werbemaßnahmen (email, sms/mms und Wap; interactive TV etc). Der Vertrag zwischen der 24 interactive und dem vermarkteten Werbeträger wird seitens der 24 interactive in eigenem Namen und auf eigene Rechnung geschlossen und erfüllt.

1.2

Die für Werbeträger der 24 interactive GmbH, bzw. in deren Netzwerk(en) registrierten Werbeträgern gültigen Geschäftsbedingungen (AGB) der 24 interactive zur Teilnahme und/oder Vermarktung sind dem Werbekunden/der Agentur bekannt.

2. Vertragsabschluss

2.1

Ein bindender Vertrag kommt entweder mit Erhalt eines Auftrags an die 24 interactive und schriftlicher Auftragsbestätigung durch den Werbekunden/die Agentur zustande oder durch Erfüllung des Auftrags seitens der 24 interactive. Die 24 interactive hat das Recht, noch nicht bestätigte Aufträge, auch ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

2.2

Für alle mit der 24 interactive abzuschließenden/abgeschlossenen erstmaligen, laufenden und künftigen Geschäfte gelten ausschließlich die nachfolgenden Bedingungen. Die 24 interactive erkennt von den vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Auftraggebers nicht an. Diese werden selbst dann nicht Vertragsbestandteil, wenn die 24 interactive ihnen nicht ausdrücklich widerspricht.

2.3

Vom Auftraggeber mündlich erteilte Aufträge und Auftragsänderungen bereits bestätigter Aufträge werden nur wirksam, wenn sie durch die 24 interactive schriftlich bestätigt sind.

3. Werbemittel

3.1

Die Werbekunden/-Agentur wird der 24 interactive unmittelbar nach der schriftlichen Auftragsbestätigung Werbemittel zur Verfügung stellen.

3.2

Die 24 interactive wird diese Werbemittel in von ihr ausgewählter(-n) Form(en) auf den vermarkteten Websites installieren (z.B als Banner, Content Integration, Textlink oder Popup).

3.3

Die 24 interactive wird Werbemittel ablehnen, welche nicht den ggf. definierten Standards des IAB, der AGOF, des BVDW o.ä. im Online Marketing Bereich tragenden Organisationen und Verbänden entsprechen, ausgenommen aller nicht definierten Werbemittelarten- und -größen bzw. schriftlich bestätigter Sonder-

genehmigungen.

4. Aufgaben von 24 interactive

24 interactive wird:

4.1

Die Kampagnen in das eigene Netzwerk einpflegen und den Betreibern hierdurch anbieten;

4.2

Die Werbemittel nach eigener Wahl auf ihrem eigenen Server oder dem Server des Betreibers speichern;

4.3

sicherstellen, dass ein Registrierungsformular, das vom Nutzer vollständig ausgefüllt worden ist, zum Werbekunden/der Werbeagentur weitergeleitet wird, sofort gebucht;

4.4

Die Registrierungs-Datenbank auf Wunsch aufbauen, unterhalten, verwalten und pflegen, sofern eine solche Kampagne gebucht wird;

4.5

In einem bestimmten Zeitraum (z.B. zeitgleich oder täglich/wöchentlich) für eine Übersendung der registrierten Daten sorgen, sowie Dubletten und-soweit zum jeweiligen Zeitpunkt für die 24 interactive feststellbar unvollständige/falsche Datensätze aussortieren, sofern dies für die Kampagne notwendig ist.

5. Aufgaben des Werbekunden/der Agentur

5.1

Der Werbekunde/die Agentur kann ihr Werbemittel so oft es erforderlich erscheint aktualisieren; sollte dazu ein zusätzliches Datenfeld in das ursprünglich mit der 24 interactive vor dem Startdatum vereinbarte Registrierungsformular eingefügt werden müssen, ist die 24 interactive nicht verpflichtet, ein solches zusätzliches Feld einzubauen, bis mit dem Werbekunden/der Agentur ein entsprechendes Entgelt vereinbart und dieses vom Werbekunden/der Agentur bezahlt wurde.

5.2

Falls der Betreiber eines vermarkteten Werbeträgers zusätzliches Promotionsmaterial für einen Werbekunden/die Agentur wünscht, wird dies nach Absprache ausschließlich mit und durch die 24 interactive verhandelt.

5.3

Falls der Betreiber einer vermarkteten Website eine gemeinsame Promotion mit dem Werbekunden/der Agentur durchführen möchte, wird dies nach Absprache ausschließlich mit und durch die 24 interactive verhandelt.

5.4

Der Werbekunde/die Agentur stimmt zu, dass er/sie während der Laufzeit des Vertrages und für die darauffolgenden 6 Monate keine Vereinbarung über eine Promotion des Werbekunden/der Agentur auf irgendeinem vermarkteten und/oder registriertem Werbeträger abschließen wird.

5.5

Der Werbekunde/die Agentur bestätigt mit der Auftragserteilung, dass er sämtliche erforderlichen Nutzungsrechte der Inhaber von Urheber-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechten an den von ihm gestellten Werbeunterlagen und -texten erworben hat und frei darüber verfügen kann.

5.6

Der Werbekunde/die Agentur ist für die rechtzeitige und technische einwandfreie Anlieferung der Werbemittel verantwortlich. Dies beinhaltet auch den technischen Aufbau der Werbemittel gemäß den in der Auftragsbestätigung oder generell verfügbaren angegebenen jeweiligen Spezifikationen. Der Werbekunde/die Agentur trägt das Risiko für die Übermittlung des Werbemittels, soweit nicht aus dem Risikobereich der 24 interactive Probleme bei der Übermittlung auftreten.

5.7

Können Werbeaufträge aus Gründen, die im Risikobereich des Werbekunden/der Agentur liegen, nicht oder fehlerhaft durchgeführt werden, wird die vereinbarte Werbung des Werbekunden/der Agentur trotzdem in Rechnung gestellt. Trifft die 24 interactive keinerlei Verschulden an der fehlerhaften oder Nichtausführung, so hat der Werbekunde/die Agentur keine Ansprüche gegen die 24 interactive.

5.8

Der Werbekunde/die Agentur ist nicht berechtigt, ohne ausdrückliche vorherige Zustimmung der 24 interactive Rechte oder Pflichten aus dem Vertrag an Dritte abzutreten oder zu übertragen. Die 24 interactive kann Rechte und Pflichten aus dem Vertrag jederzeit an Dritte abtreten oder übertragen. Der Werbekunde/die Agentur erteilt dazu ausdrücklich seine Zustimmung. Solange der Werbekunde/die Agentur von der Übertragung nicht verständigt wurde, ist er berechtigt mit schuldbefreiender Wirkung an die 24 interactive zu bezahlen.

6. Bedingungen für Kampagnen im Bereich CPX und/oder CPL, Sale, Order(-Vermarktung)

6.1

Dem Werbekunden/der Agentur ist bekannt, dass jeder der durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger einen Link, der auf die Website des Merchants verweist, in Form eines Werbebanners oder eines Texthinweises auf die Website des Merchants setzen kann, und das der durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger derartige Hyperlinks in beliebiger Anzahl an jeder beliebigen Stelle seiner Website einbauen kann. Auf die Art und die Platzierung des Hyperlinks kann der Merchant nur durch besondere Vereinbarung direkt mit dem durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger Einfluss nehmen.

6.2

Dem Werbekunden/der Agentur ist bekannt, dass sowohl die inhaltlichen als auch die formale Gestaltung, sowie die Pflege der Websites der 24 interactive Partner ausschließlich in deren Verantwortungsbereich liegt. Eine diesbezügliche Einflussnahme seitens der 24 interactive ist ausdrücklich ausge-

geschlossen.

6.3

Der Merchant hat gegenüber dem durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger jederzeit die Möglichkeit, der Verwendung seines Hyperlinks zu dessen Website zu widersprechen. In diesem Fall wird der Merchant den Vertrag mit dem Betroffenen durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger aufkündigen und weitere Vergütungen nicht mehr vornehmen. Die Kündigung wird 24 interactive mitgeteilt. 24 interactive teilt die Kündigung unverzüglich dem durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger mit. 24 interactive übernimmt keine Gewähr bzw. Haftung dafür, dass der entsprechende Link vom durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger auch tatsächlich von seiner Website entfernt wird.

6.4

Es obliegt dem Werbekunden/der Agentur, vor Annahme der Bewerbung eines durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträgers zu prüfen, ob dessen Website(s) rechtswidrige oder andere für ihn nicht akzeptable Inhalte aufweist.

6.5

Dem Werbekunden/der Agentur ist bekannt, dass die 24 interactive weder auf die aktuelle noch auf die künftige Gestaltung, sowie auf die Inhalte der Seiten in der(en) Website(s) der Werbeträger keinerlei Einfluss hat. Für Schadensersatzansprüche, Haftungsansprüche und sonstige Kosten, die durch die Einstellung eines Hyperlinks auf einem durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger mit rechtswidrigem Inhalt oder für den Kunden/die Agentur nicht akzeptable Inhalte entstehen, haftet gegenüber dem durch die 24 interactive ausschließlich der durch die 24 interactive vermarktete bzw. in deren Netzwerk registrierte Werbeträger. Der Kunde/die Agentur haftet gegenüber dem durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger, ausschliesslich für einen evtl. Schaden, welcher durch die Erstellung des Hyperlinks entsteht. Eine Haftung seitens der 24 interactive ist ausdrücklich ausgeschlossen.

6.6

Die 24 interactive behält sich das Recht vor, im Einzelfall Werbeträger ohne Vorankündigung und Abstimmung mit dem Werbekunden/der Agentur von der Teilnahme an dessen Kampagnen/Buchung auszuschliessen. Dies gilt insbesondere in Fällen von Vertragsverstößen oder wenn auf der(en) Seite(n)/ Darstellung der/des Werbeträgers Gewaltdarstellungen, sexuell eindeutige Inhalte oder diskriminierende Aussagen oder Darstellungen hinsichtlich Rasse, Geschlecht, Religion, Nationalität, Behinderung, sexueller Neigungen oder Alterserscheinungen und oder Hyperlinks an anderen Sites mit entsprechenden Inhalten vorhanden sind.

6.7 Sofern der Werbekunde/die Agentur eine (zusätzliche) Klickvergütung-auch auf einzelne Werbemittel- zahlt, gelten des weiteren folgende Bestimmungen der CPX Kampagnen und CPL, Sale, Order Modelle:

6.7.1

Für jeden gültigen Klick wird dem durch die 24

interactive vermarkteten Werbeträger ein Fixbetrag gutgeschrieben. Ein Klick ist dann gültig, wenn ein Internetbenutzer (user) freiwillig auf die Werbung des Werbekunden/der Agentur klickt und dadurch zu der von Werbekunden/Agentur angegebene Ziel-Destination dem Werbeträger geleitet wird.

6.7.2

Wiederholte bzw. in kurzer Zeit aufeinander folgende Klicks des selben Internetnutzers (Users) werden nicht als gültig gezählt.

6.7.3

Klicks, die auf nicht im online System registrierten oder für die jeweilige Kampagne freigeschalteten Werbeträgern generiert werden, werden ebenfalls nicht als gültig gezählt.

6.7.4

Wigenklicks durch den Betreiber des Werbeträgers sind ausschliesslich in angemessener Zahl im Zusammenhang mit dem Einbau eines Links zulässig. Verstösst der Werbeträgerbetreibende gegen diese Regelung oder werden Klicks durch technische Manipulation und/oder Software unzulässig erzeugt, hat dies die Rückzahlung der Beträge an den Werbekunden/die Agentur bzw. eine Verrechnung dieser sowie seinen Ausschluss des Werbeträgers aus dem/den Netzwerken und Plattform(en) der 24 interactive zufolge.

6.7.5

Klicks, die mit einem Aktionszwang oder einer Weitervergütung an Internetuser verbunden sind, wie z.B. das Absenden einer SMS Nachricht, die Teilnahme an einem Gewinnspiel oder die Verwendung des Klicks in einem paid E-mail System, sind entsprechend den Geschäftsbedingungen der 24 interactive für Werbeträger ohne Absprache oder Angabe unzulässig. Die 24 interactive kann jedoch nicht ausschliessen, dass Werbeträger bei der Registrierung in dieser Hinsicht keine oder falsche Angaben machen. Werden durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger als solche Sonderfälle erkannt, wird die Bewerbung im online System entsprechend gekennzeichnet und dem Werbekunden (der Agentur zur Überprüfung bzw. weiteren Entscheidung vorgelegt.

6.7.6

Alle Klicks auf Hyperlinks, welche auf registrierten oder vermarkteten Werbeträgern eingesetzt sind, werden online protokolliert und verifiziert. Statistiken werden spätestens einmal täglich aktualisiert.

6.7.7

Die 24 interactive veröffentlicht im online System jeweils die Vergütung, die dem durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger pro Klick seitens des Werbekunden/der Agentur mindestens vergütet wird. Diese Vergütung (Default Rate) stellt, die dem durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger, zu zahlende Minimumvergütung dar. Diese kann online jeweils mit einer Vorlaufzeit von einem Tag, mit Veröffentlichung der aktualisierten Default Raten geändert werden und ist ab dem Zeitpunkt der Veröffentlichung wirksam.

6.7.8

Eine Herabsetzung der Vergütung für einen Werbeträger ist online möglich. Eine Änderung der Vergütungsform oder Herabsetzung der Bezahrate tritt mit einer Vorlaufzeit nach 3 Tagen in Kraft.

6.7.9

Gegenüber neu akzeptierten Partnern ist eine Verringerung der Vergütung pro Klick erstmals 14 Tage nach Beginn des Vertrages mit dem jeweiligen Partner zulässig und wirksam. Dies gilt auch für den Fall, dass zuvor die Default-Rate gesenkt worden ist. Das Recht des Werbekunden/der Agentur die Kampagne für einzelne Werbeträger jederzeit abzubrechen oder zu stoppen, bleibt hiervon unberührt. Eine rückwirkende Stornierung ist ausgeschlossen.

6.8

Im Rahmen von Aufträgen/Kampagnen mit sofortiger Verprovisionierung bleibt dem Werbekunden/der Agentur des Recht vorbehalten, im Falle von falschen, geänderten, nicht lieferbaren oder auf andere Weise ungültigen Bestellungen, Provisionsgutschriften im online System bis zu sechs Wochen nach Freigabe zu korrigieren bzw. komplett zu stornieren. Eine Stornierung von über 30% der bereits dem Werbeträger/n gutgeschriebenen Provisionen und/oder Aktionen bzw. Leads, Sales, Orders bedarf der Absprache und Zustimmung der 24 interactive.

6.9

Wird die Provision durch den Werbekunden/die Agentur nicht innerhalb einer von ihm evtl. eingeräumten Frist zur Rückgabe bestätigt, wird die Provision dem durch die 24 interactive vermarkteten Werbeträger automatisch spätestens nach 60 Tagen bestätigt und gutgeschrieben.

6.10

Cost per Sale mit prozentualer Vergütung: Bei dieser Vergütungsart wird der Nettoverkaufswert für die Kalkulation der Provisionen zugrunde gelegt.

7. Regional Targeting

7.1

Die 24 interactive ermöglicht die Buchung von Kampagnen nach Staaten und in Deutschland zusätzlich nach Bundesländern und Städten. Die Steuerung der Auslieferung erfolgt auf Basis der durch die 24 interactive oder dritte Partner analysierten und ständig aktualisierten IP Bereichen bzw. IP Adressen. Die 24 interactive gewährleistet dem Kunden, dass sofern die IP des Internetnutzers nicht einer Region oder Staat zugeordnet werden kann, die Kampagne nicht an diesen Internetnutzer ausgeliefert wird und dem Werbekunden/der Agentur nicht in Rechnung gestellt wird.

8. SMS / MMS Werbung

8.1

Die 24 interactive leitet SMS/MMS an den jeweiligen Empfänger weiter, die Art und Weise bzw. Wahl des Partners zur Übermittlung liegt im Ermessen der 24 interactive.

8.2.

Eine Haftung für nicht oder zu spät terminier-

te (zugestellte) SMS ist ausgeschlossen.

8.3

SMS/MMS Kampagnen müssen durch Mitarbeiter der 24 interactive vor Versand freigegeben werden, die 24 interactive behält sich eine Ablehnung des Auftrages vor.

9. Gewährleistung

9.1

Der Werbekunde/die Agentur ist verpflichtet, die Werbung unverzüglich nach dem Einstellen bzw. Erscheinen auf dem Werbeträger bzw. in weiteren elektronischen Werbeträgern zu prüfen und etwaige Fehler spätestens innerhalb einer Woche ab Einstellung bzw. Erscheinen der Werbung zu reklamieren. Erfolgt die Reklamation nicht rechtzeitig, entfallen die Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers.

9.2.

Bei fehlerhafter Schaltung der Werbung ist die 24 interactive nach ihrer Wahl berechtigt entweder eine Ersatzschaltung in dem Maße, in dem der Zweck der Schaltung beeinträchtigt wurde, oder eine Nachbesserung vorzunehmen. Erst wenn eine solche Ersatzschaltung oder Nachbesserung unmöglich, mindestens zweimal fehlgeschlagen ist, unzumutbar verzögert oder seitens der 24 interactive trotz angemessener Fristsetzung durch den Auftraggeber verweigert wurde, steht dem Auftraggeber wahlweise das Recht zur Rückgängigmachung des Vertrages (Wandlung) oder zur Herabsetzung der Vergütung (Minderung) zu.

9.3

Ein Fehler bei der Werbeschaltung im vorgenannten Sinne liegt nicht vor, wenn die beanstandete Darstellung durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungs- Software oder Hardware (z.B. Browser), durch Störungen der Kommunikationsnetze anderer Unternehmen, durch Rechenerausfalls bei Service Providern oder Online Diensten, durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) kommerzieller und nicht kommerzieller Provider und Online Dienste, die ausserhalb der Verantwortungs/Einschaltungsbereiche der 24 interactive liegen, durch den Ausfall eines Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert, wegen höherer Gewalt, Streik oder sonstigen Gründen, die nicht durch die 24 interactive zu vertreten sind, hervorgerufen wird.

9.4

Sollten Fehler bei der Ausführung eines Auftrages entstehen, ist der Werbekunde/die Agentur nicht berechtigt, die Zahlung eines anderen Auftrags zu verweigern. Eine Aufrechnung ist nur zulässig, wenn der zur Aufrechnung gestellte Anspruch des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.

10. Preise/ Provisionen

10.1

Es gelten die Preise und/oder (zusätzliche) Provisionen der Standardpreislise der 24

interactive, die von Zeit zu Zeit mit einer Ankündigungsfrist von 30 Tagen geändert werden können, es sei denn, es wurde schriftlich etwa anderes vereinbart. Falls der Werbekunde/die Agentur einer solchen Änderung nicht zustimmt, hat sie/er das Recht, den Vertrag binnen 14 Tagen nach Erhalt der Information über die Preisänderung ausserordentlich zu kündigen.

10.2

Der Werbekunde/die Agentur räumt der 24 interactive das Recht ein, im Falle einer Überlieferung von Kampagnen einen zusätzlichen Betrag von bis zu 5% der vereinbarten Menge abzurechnen.

10.3

Rechnungen werden im Lastschriftverfahren eingezogen oder sind –je nach der Festlegung durch die 24 interactive und die Rechnungsart- innerhalb 14 Tagen nach Erhalt ohne Abzug auf ein von 24 interactive angegebenes Konto zahlbar, es sei denn es wurde schriftlich etwas anderes vereinbart. Der Abzug von Skonto bedarf einer schriftlichen Vereinbarung mit der 24 interactive.

10.4

Sollte eine Rechnung nicht innerhalb der angegebenen Frist beglichen werden, ist die 24 interactive berechtigt:

10.4.1

Verzugszinsen i.H.v 5% über dem Basiszins zu verlangen;

10.4.2

die Kampagne nach Belieben auszusetzen.

10.5

Alle Rechnungen basieren auf den Reports, welche die 24 interactive für den Kunden erstellt. Einwände gegen diese Reports müssen binnen 7 Tagen schriftlich geltend gemacht werden. Werden Einwände nicht oder verspätet geltend gemacht, gilt die Berechnungsgrundlage als anerkannt.

10.6

Ist die Erfüllung des Zahlungsanspruches wegen einer nach Vertragsschluss eingetretenen oder bekannt gewordenen Verschlechterung der Vermögensverhältnisse des Auftraggebers gefährdet, so kann die 24 interactive die weitere Ausführung eines Schaltauftrags bis zur Bezahlung zurückstellen oder für weitere Werbeschaltungen unbeschadet, entgegenstehender früherer Vereinbarungen, eine Vorauszahlung oder andere Sicherheiten verlangen.

10.7

Kündigt der Werbekunde/die Agentur den Vertrag ohne wichtigen Grund (§ 649 Satz 1BGB), so hat er die bis zur Beendigung erbrachten mangelfreien Leistungen zu vergüten. Ferner ist der Werbekunde/die Agentur verpflichtet, an die 24 interactive eine pauschale Vergütung i.H.v. 10% des nicht ausgeführten Teils der Auftragssumme als Schadensersatz zu bezahlen, hier ausgenommen sind Kampagnen, welche nach Lead/Sale/ Order abgerechnet werden, auch wenn temporär oder auf einzelne Werbemittel dieser Kampagnenarten Klick und /oder Vergütungen nach TKP gebucht wurden. Dem

Werbekunden/der Agentur bleibt vorbehalten, nachzuweisen, dass der Schaden geringer ist. Eine Geltendmachung eines im Einzelfall ungewöhnlich hohen Schadens durch die 24 interactive ist nicht ausgeschlossen.

10.8

Im Falle von Kampagnen, die re-directed sind bzw. bei welchen ein AdServer/auslieferungs-/Messsystem eines dritten Partners oder des Werbekunden/der Agentur eingesetzt wird, können Differenzen zwischen den Statistiken der 24 interactive und dem Aderving System des Kunden auftreten. Gemäß Branchenstandard stellen Abweichungen von bis zu 15% keinen Grund zur Reklamation dar. Bei größeren Abweichungen bietet die 24 interactive an, die Ursachen hierfür zu eruieren. Zu diesem Zweck muss der Kunde der 24 interactive einen vollständigen Zugang zu seinem Aderving System für die betroffene Kampagne, sowie ggf. weitere nötige Informationen wie technischer Ansprechpartner, zur Verfügung stellen. Wird dieser Zugang oder diese Information nicht oder nicht im vollem Umfang bereitgestellt, gelten auch bei Abweichungen von über 15% die Zahlen der 24 interactive. Die 24 interactive wird dem Kunden einen Recherchebericht mit detaillierten Abweichungsursachen zur Verfügung stellen. Derjenige Report, der demzufolge als valide befunden wird, gilt als Basis für die endgültige Abrechnung.

10.9

Die 24 interactive ist berechtigt, eine Vorauszahlung, selbst i.H. des gesamten Auftragswertes oder ein Deposit des Werbekunden/der Agentur zu verlangen. In diesem Fall wird die Werbemaßnahme des Werbekunden/der Agentur nicht starten, bevor die Vorauszahlung oder das Deposit bei der 24 interactive eingegangen ist. Ebenso ist die 24 interactive berechtigt, ohne Angabe von Gründen, insbesondere bei Neukunden und Kampagnen, welche erfolgsbasiert nach lead, Sale, Order abgerechnet werden, ausschließlich auf Vorkasse zu arbeiten.

11. Laufzeit/Kündigung

11.1

Der Vertrag wird mit Unterzeichnung des Auftrags wirksam und läuft über den Zeitraum, den die 24 interactive benötigt, um die vereinbarten vollständigen Registrierungen oder Auftragsziele wie Versand von SMS, Einblendungen von Bannern etc. zu generieren, längstens jedoch für 6 Monate, es sei denn eine Verlängerung ist seitens der 24 interactive angeregt oder gewünscht.

11.2

Die 24 interactive behält sich ein ausserordentliches Kündigungsrecht vor, falls der Werbekunde/die Agentur eine Rechnung nicht fristgerecht begleicht.

11.3

Beide Parteien haben ein ausserordentliches Kündigungsrecht, falls die andere Vertragspartei wiederholt gegen seine Vertragspflichten verstößt und den vertragsgemäßen Inhalt nicht binnen 14 Tagen nach Erhalt einer entsprechenden Aufforderung wiederherstellt.

11.4 Jede Kündigung bedarf der Schriftform.

12. Rücktrittsrecht

12.1

Die 24 interactive behält sich das Recht vor, auch nach Vertragsabschluss die Werbeschaltung aus Gründen anzulehnen, die für die 24 interactive eine Vertragsdurchführung unzumutbar machen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die Werbeschaltung urheber-, wettbewerbs-, presse-, strafrechtliche oder sonstige rechtliche Bestimmungen verletzt.

12.2

Der Werbekunde/die Agentur hat das Recht, über die Gründe der Zurückweisung informiert zu werden. Kann vom Auftraggeber kein neues, den Anforderungen der 24 interactive entsprechendes Werbematerial zur Verfügung gestellt werden, hat der Werbekunde/die Agentur Anspruch auf Rückerstattung bereits geleisteter Zahlungen. Trifft die 24 interactive an der Umzumutbarkeit der Vertragsdurchführung kein Verschulden, so sind von diesem Rückerstattungsanspruch Kosten in Abzug zu bringen, die der 24 interactive bereits entstanden sind. Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Sind in einem solchen Fall seitens des Auftraggebers noch keine Zahlungen erfolgt, so kann ein Ersatz für bereits verursachte Kosten bei der 24 interactive berechnet werden.

13. Nutzung von Informationen

13.1

Dem Werbekunden/der Agentur ist es nicht gestattet, Informationen, die durch Registrierungsformulare erlangt werden, für irgendeinen anderen als den vertraglichen festgelegten Zweck (den Vertrieb ihrer Produkte an diejenigen, die ein Registrierungsformular vollständig ausgefüllt haben) zu nutzen, solche Informationen zu verkaufen, zu übertragen oder in sonstiger Art und Weise Dritten gegenüber zur Verfügung zu stellen (ausser dem beauftragendem Kunden der Agentur).

14. Haftungsbeschränkung

14.1

Die 24 interactive haftet weder für eine bestimmte Auslastung der Werbefläche oder der Werbemittel noch für höhere Gewalt oder technische Störungen, die in den Zuständigkeitsbereich anderer Unternehmen fallen (z.B. Übertragungswege von Telekommunikationsunternehmen oder Störungen bei Zugangs Providern).

14.2

Die 24 interactive haftet desweiteren nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit; in den übrigen Fällen i.H. des voraussehbaren vertragstypischen Schadens; sofern keine „Kardinalpflichten“ verletzt sind, max. bis zur Höhe der erhaltenden Vergütung, vorbehaltlich eines niedrigeren Schadens. Auch im Rahmen dieser Haftungsbeschränkungen haftet die 24 interactive nicht für leichte Pflichtverletzungen von Personen, die weder gesetzliche Vertreter noch leitende Angestellte sind, sofern keine wesentlichen Vertragspflichten verletzt wurden.

14.3

Die 24 interactive haftet nicht für die ununterbrochene Erreichbarkeit des Werbeträgers, ebenso wenig dafür, dass durch die Schaltung der Werbung bestimmte Ergebnisse erzielt oder verfehlt werden können.

14.4

Für Schadensersatz, gleich aus welchem Rechtsgrund, haftet die 24 interactive nur bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft. Dies gilt auch für die Erfüllung so wie die Verrichtungshilfen und und gesetzl. Vertreter der 24 interactive.

14.5

Bei allen Werbemaßnahmen schuldet die 24 interactive nur den ordnungsgemäßen Versand/Auslieferung der Werbung, steht jedoch nicht für den Eingang oder Abruf beim Empfänger oder die Kenntnisnahme ein. Weitergehende Rechte, insbesondere Schadensersatzansprüche sind explizit ausgeschlossen.

15. Freistellung

15.1

Der Werbekunde/die Agentur wird die 24 interactive von sämtlichen Ansprüchen freistellen, die von Dritten gegen die 24 interactive aufgrund von Verletzungen von Rechten durch die Werbemittel des Werbekunden/der Agentur geltend gemacht werden.

15.2

Die 24 interactive wird den Werbekunden/die Agentur von sämtlichen Ansprüchen freistellen, die von Dritten gegen sie/ihn aufgrund von Rechtsverletzungen, die durch unautorisierte Veränderungen der Werbemittel durch die 24 interactive oder nicht vertragsgemäße Verwendung der Werbemittel durch die 24 interactive selbst entstehen, geltend gemacht werden.

16. Geheimhaltung, Datenschutz

Die Vertragspartner werden über alle ihnen im Zusammenhang mit dem Abschluss und der Durchführung dieses Vertrags anvertrauten Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen der anderen Vertragspartei strengstes Stillschweigen gegenüber Dritten- auch über die Laufzeit dieses Vertrags hinaus- bewahren. Gleichermaßen ist es ihnen untersagt, solche Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse zu bewerten und/oder durch Dritte verwerten zu lassen. Als Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse gelten alle betrieblichen und organisatorischen Kenntnisse, Vorgänge und Informationen, die nur einem beschränkten Personenkreis zugänglich sind und nach Willen der jeweiligen Vertragspartei nicht der Allgemeinheit bekannt werden sollen (Passwörter, Dokumentationen(digital und gedruckt) , etc).

16.2

Der Werbetreibende wird hiermit gemäß §33 Abs. 1 Datenschutzgesetz davon unterrichten dass die 24 interactive seine Daten in maschinenlesbarer Form speichert und für Vertragszwecke maschinell verarbeitet. Die 24 interactive ist berechtigt, soweit sie sich zur Einbringung ihrer Leistungen Dritter bedient,

die Daten weiterzuleiten, sofern dies erforderlich ist. Insbesondere ist die 24 interactive berechtigt, die Bruttowerbeumsätze des Werbekunden/der Agentur auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research o.ä. Organisationen und Verbände weiterzuleiten, sowie diese Daten für interne Zwecke statistisch zu verarbeiten und aufzubereiten sowie –anonymisiert- zu publizieren.

17. Allgemeines

17.1

Änderungen und Ergänzungen, die Aufhebungen und Kündigungen dieses Vertrags bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für die Abrede der Schriftform selbst. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht.

17.2

Für diesen Vertrag gilt ausschliessliche deutsches Recht, Gerichtsstand für alle Streitigkeiten hieraus ist München.

17.3

Bei Vertragsverhältnissen mit ausländischen Auftraggebern ist deutsches Recht anwendbar, soweit dieses nicht ausdrücklich durch die 24 interactive bestätigt worden ist.

17.4

Wird der Sitz des Werbekunden/der Agentur, Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers/Kunden nach Vertragsabschluss aus dem Geltungsbereich des deutschen Gesetzes verlegt, so ist als Gerichtsstand München vereinbart.

18. Salvatorische Klausel

18.1

Sollen eine oder mehrere Bestimmungen dieses Vertrags unwirksam oder nichtig sein oder werden, gelten die übrigen Bestimmungen gleichwohl. An die Stelle der unwirksamen oder nichtigen Bestimmungen treten diejenigen wirksamen, welche die Vertragsparteien bei Kenntnis des Mangels zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses vereinbart hätten, um den gleichen wirtschaftlichen Erfolg zu erzielen.

Stand: München, den 01.01.2009