

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) der VZ Netzwerke Ltd. für Aufträge über Display-Werbung

Das Unternehmen VZ Netzwerke Limited (Ltd.), Saarbrücker Str. 38, 10405 Berlin (im folgenden "VZ" bezeichnet) betreibt unter den Domains www.studivz.net, www.meinvz.net und www.schuelervz.net Social Communities im Internet, die sich an deutschsprachige Nutzer richten.

August 2010 / Version 2.0

1. Vertragsgegenstand/Begriffsbestimmungen

1.1 **Werbeauftrag** im Sinne der nachfolgenden AGB ist der Vertrag über das Zurverfügungstellen von Werbepätzen auf den Internetplattformen www.studivz.net, www.meinvz.net und www.schuelervz.net nach den im Auftragsheet bestimmten Parametern.

1.2 **Werbekunde** ist diejenige Person oder das Unternehmen, für die VZ Werbemittel platzieren soll. Werbekunde kann entweder der Werbetreibende selbst (der eigene Waren oder Dienstleistungen bewirbt) oder eine Agentur sein, die im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und Dienstleistungen wirbt.

1.3 **Werbemittel** im Sinne dieser AGB sind die Werbematerialien, die der Werbekunde VZ zur Platzierung auf den Werbepätzen zur Verfügung stellt.

1.4 **Belegungseinheit** im Sinne dieser AGB ist die konkrete Werbefläche, d.h. Segmente oder Flächen auf den Webseiten von VZ, auf denen die Werbemittel platziert werden sollen.

1.5 **Werbeform** im Sinne dieser AGB bezeichnet die Art und das Format, in dem das Werbemittel präsentiert werden soll (z.B. Superbanner, Skyscraper, Wallpaper, Button etc.).

1.6 **Auftragsheet** im Sinne dieser AGB ist das Dokument, das die Parteien unterzeichnen, in dem die Parameter des Werbeauftrags, insbesondere die Werbeform, die Belegungseinheit und der Zeitraum des Werbeauftrags bestimmt sind.

2. Vertragsschluss

2.1. Der Werbeauftrag sowie sämtliche Leistungen, Angebote und Verträge zwischen VZ und dem Werbekunden unterliegen neben den Bestimmungen im jeweiligen Auftragsheet ausschließlich diesen AGB sowie den im Zeitpunkt der Werbeschaltung jeweils gültigen „Advertising Spezifikationen“, welche die technischen Spezifikationen für Werbemittel, definieren. Geschäftsbedingungen des Werbekunden, die diesen AGB entgegenstehen oder von ihnen abweichen, sind unwirksam. Dies gilt auch dann, wenn VZ solche anderen Vertragsbedingungen zur Kenntnis gebracht wurden. Gegenbestätigungen des Werbekunden unter Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen wird hiermit widersprochen.

2.2 Der Vertrag kommt mit Unterzeichnung des Auftragsheets durch beide Parteien zustande. Angebote von VZ sind vor der Unterzeichnung des Auftragsheets durch VZ freibleibend.

2.3 Soweit eine Agentur VZ einen Werbeauftrag erteilt, kommt der Vertrag mit der Agentur zustande. Andernfalls kommt der Vertrag direkt mit dem Werbetreibenden zustande.

2.4 Änderungen und Ergänzungen des Werbeauftrags bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für eine Änderung dieser Schriftformklausel.

2.5 Die AGB von VZ für Werbeaufträge können sich ändern. Deswegen gelten die AGB immer nur für den jeweiligen Werbeauftrag in der zum Zeitpunkt des Abschlusses des Werbeauftrags gültigen Fassung.

3. Leistungen von VZ

3.1 VZ wird die vom Werbekunden zur Verfügung gestellten Werbemittel innerhalb des im Auftragsheet angegebenen Zeitraums gemäß den im Auftragsheet vereinbarten Leistungsmerkmalen in einer dem jeweiligen technischen Standard entsprechenden Weise auf der im Auftragsheet vereinbarten Belegungseinheit der gewählten Plattform www.studivz.net und/oder www.meinvz.net und/oder www.schuelervz.net platzieren.

3.2 VZ schuldet im Rahmen der Werbeaufträge nur die dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende Platzierung der jeweiligen Werbemittel auf den vereinbarten Belegungseinheiten.

3.3 Der im Auftragsheet bestimmte Auftragszeitraum, innerhalb dessen die im Auftragsheet bestimmten Leistungsmerkmale erreicht werden sollen, setzt die reibungslose technische Abwicklung des Werbeauftrags voraus, die nicht immer sichergestellt werden kann. Die Parteien sind sich daher einig, dass sich der Auftragszeitraum um einen entsprechenden Zeitraum verschieben bzw. verlängern kann, soweit das Volumen der gebuchten AdImpressions noch nicht erreicht wurde. Dies gilt für die folgenden Fälle:

3.3.1 Planmäßige Wartungsarbeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche,

- 3.3.2 Außerplanmäßige Wartungszeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche,
- 3.3.3 Zeiten, in denen die Seiten von VZ aufgrund technischer oder sonstiger Probleme, die nicht im Einflussbereich von VZ liegen, vom Netz genommen werden müssen, bis ein reibungsloser Betrieb wieder gewährleistet werden kann, z.B. wegen Hackerangriffen, höherer Gewalt, Streiks, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern, Netzbetreibern oder Leistungsanbietern, von deren Leistung der Betrieb von VZ abhängt),
- 3.3.4 Ausfallzeiten oder Störungszeiten des AdServers von bis zu 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung.
- Andernfalls stehen dem Werbekunden die gesetzlichen Gewährleistungsrechte zu.
- 3.4 Der Beginn der Werbeschaltung kann sich entsprechend verschieben, soweit einer der in Ziff. 3.3 genannten Punkte nach Vertragsschluss und vor Werbebeginn eintritt.
- 3.5 Falls die gebuchte Anzahl von AdImpressions aufgrund nicht ausreichender Besuchszahlen auf den beworbenen Seiten nicht erreicht wird, verlängert sich der Buchungszeitraum entsprechend.
- 3.6 Bei einer Buchung der Werbeform "Gruppe" bemisst sich die Leistung nicht nach AdImpressions, sondern nach der Anzahl der gebuchten Wochen oder Monate. Ausfallzeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche sind dabei einkalkuliert. Für den Fall, dass die Ausfallzeiten nach Ziff. 3.3.1 bis 3.3.4 diese 7 Stunden pro Woche überschreiten, sind sich die Parteien entsprechend der Regelung in Ziff. 3.3 darüber einig, dass sich der Auftragszeitraum entsprechend den darüber hinausgehenden Ausfallzeiten verlängert.
- 3.7 VZ wird den Werbekunden über die ausgelieferten Leistungsmerkmale auf Wunsch in Form eines Reportings nach Ende des Werbezeitraums berichten. Auf Wunsch kann auch ein Zwischenreporting vereinbart werden. Für die Messung und die Auslieferung der Werbung beauftragt VZ ein externes Messinstitut. Unrichtigkeiten der Zählung hat der Werbekunde unverzüglich per Brief, Fax oder per Email zu rügen, andernfalls gelten die Zahlen des Reportings sieben Tage nach Zugang des Reportings als anerkannt.
- 3.8 Der Werbekunde hat keinen Anspruch auf eine bestimmte zeitliche Verteilung der AdImpressions innerhalb des Buchungszeitraums, soweit im Auftragsheet nichts Abweichendes bestimmt ist.
- 3.9 VZ hat nach vertragsgemäßer Präsenz der Werbemittel auf den Seiten von VZ das Recht, aber keine Pflicht zur Aufbewahrung der überlassenen Werbemittel.
- 3.10 VZ hat das Recht, die vom Werbekunden überlassenen Werbemittel aus wichtigem Grund wegen ihres Inhalts, ihrer Gestaltung, ihrer Herkunft oder ihrer technischen Form abzulehnen bzw. zu sperren. Ein wichtiger Grund besteht insbesondere, wenn konkrete Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass das Werbemittel oder die Seite, auf die das Werbemittel verlinkt, gegen die in Ziff. 4.2 genannten Garantien verstößt, dessen Veröffentlichung aus Imagegründen für VZ unzumutbar ist oder das Werbemittel nicht den "Advertising Spezifikationen" (siehe dazu Ziff. 2.1) entspricht. Dies gilt auch, wenn der Werbekunde nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels vornimmt oder die Inhalte von Seiten, auf die durch einen Link verwiesen wird, nachträglich verändert werden. VZ erhält das Recht, Werbung, die nicht den in Ziff. 4.2 genannten inhaltlichen Anforderungen entspricht, ohne Vorankündigung offline zu nehmen.
- 3.11 VZ wird den Werbekunden über eine solche Ablehnung oder Sperrung sowie die Gründe hierfür informieren. Dem Werbekunden steht es frei, VZ ein neues bzw. geändertes Werbemittel zur Verfügung zu stellen, welches den in Ziff. 3.10 genannten Anforderungen entspricht bzw. den rechtmäßigen Zustand der verlinkten Zielseite herzustellen. Hierdurch auftretende Verzögerungen gehen zu Lasten des Werbekunden.
- 3.12 VZ ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Werbemittel so zu bearbeiten, dass sie von dem Adserver-System ausgeliefert werden können. Weiter ist VZ berechtigt, das Werbemittel durch Zusatz eines angemessenen Hinweises als Werbung kenntlich zu machen.
- 4. Pflichten des Werbekunden**
- 4.1 Der Werbekunde trägt dafür Sorge, dass die Werbemittel und weiteren notwendigen Informationen rechtzeitig, vollständig, fehlerfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend angeliefert werden und sich für die vereinbarten Zwecke, insbesondere die jeweilige Bildschirmdarstellung im entsprechenden Umfeld und in der gebuchten Werbeform, eignen.
- 4.2 Der Werbekunde garantiert, dass er alle zur Schaltung der VZ überlassenen Werbemittel erforderlichen Rechte besitzt und die Werbemittel deutlich als Werbung erkennbar sind. Der Werbekunde garantiert ferner, dass die Werbemittel und die Seiten, auf die durch einen Link verwiesen wird,
- (a) keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) verletzen und/oder
- (b) nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere wettbewerbsrechtliche, telemedienrechtliche, datenschutzrechtliche und ver-

- braucherschutzrechtliche) Bestimmungen verstoßen und nicht staatsgefährdender, rassistischer, Gewalt verherrlichender, pornografischer oder jugendgefährdender Natur sind und/oder
- (c) keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links, Programme oder Verfahren, welche die Internetplattformen bzw. sozialen Netzwerke von VZ (einschließlich sämtlicher eingesetzter Hard- und Software) oder einzelne Nutzer schädigen können, beinhalten oder deren Verbreitung ermöglichen und
- (d) sofern Werbemittel auf schuelerVZ platziert werden sollen, in Einklang mit den speziellen Jugendschutzvorschriften hinsichtlich der Werbung gegenüber Kindern und Jugendlichen in Telemedien (insb. § 6 JMStV) stehen. Sie dürfen nicht die Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen ausnutzen, keine unmittelbare Aufforderung an Kinder enthalten, selbst die beworbene Ware zu erwerben oder die beworbene Dienstleistung in Anspruch zu nehmen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene dazu zu veranlassen, sie dürfen Kindern und Jugendlichen weder körperlichen noch seelischen Schäden zufügen noch Werbung für Alkohol und Tabak enthalten.
- 4.3 Die Werbemittel müssen den "Advertising Spezifikationen" (siehe dazu Ziff. 2.1) entsprechen und mit dem in diesen Spezifikationen für die jeweilige Werbeform angegebenen Vorlauf angeliefert werden.
- 4.4 Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung kann VZ nicht gewährleisten, dass der vereinbarte Buchungszeitraum eingehalten werden kann. VZ wird sich bemühen, die Schaltung der Werbemittel auf den nächstmöglichen Zeitpunkt zu verschieben.
- 4.5 Der Werbekunde überträgt VZ in dem für die Durchführung dieses Vertrags zeitlich, örtlich und inhaltlich notwendigen Umfang alle für die Schaltung der Werbung auf den Internetseiten von VZ sowie zu Zwecken der Eigenwerbung (z.B. Pressemitteilungen, Präsentationen, etc.), auch vor und nach Ausführung des Werbeauftrags, erforderlichen Rechte, insbesondere die Markenrechte und die urheberrechtlichen Nutzungsrechte (einschließlich dem Vervielfältigungs-, Verbreitungs- und Senderecht, dem Recht der öffentlichen Zugänglichmachung und dem Bearbeitungsrecht).
- 4.6 Der Werbekunde ist verpflichtet, erkennbare Mängel innerhalb von 3 Werktagen per Brief, Fax oder per Email zu rügen. Andernfalls ist die Gewährleistung für erkennbare Mängel ausgeschlossen.
- 4.7 Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbung nach erstmaliger Schaltung zu prüfen, soweit dies mit zumutbarem Aufwand möglich ist.
- 4.8 Der Werbekunde hat VZ jede Änderung seiner Firma, Ansprechpartner, Anschrift oder von sonstigen Kontaktinformationen (Tel., Fax, E-Mail etc.) umgehend, spätestens binnen 5 Werktagen per Brief, Fax oder per Email anzuzeigen.
- 4.9 Öffentliche Verlautbarungen (z.B. Pressemitteilungen) des Werbekunden oder des Werbetreibenden über die Kooperation mit VZ stimmt der Werbekunde mit VZ vorher ab.
- 4.10 Der Werbekunde ist nicht berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbeauftrag gegenüber VZ (d.h. die gebuchten Belegungseinheiten) auf Dritte entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen.
- 5. Vergütung, Fälligkeit, Zahlungsverzug**
- 5.1 Die Vergütung für den jeweiligen Werbeauftrag ergibt sich aus dem Auftragssheet und bestimmt sich nach der zum Zeitpunkt des Abschlusses des jeweiligen Werbeauftrags gültigen Preisliste von VZ. VZ behält sich vor, die Preisliste jederzeit zu ändern. Eine solche Änderung berührt jedoch nicht die bereits nach Ziff. 2 dieser AGB geschlossenen Werbeaufträge.
- 5.2 Die Rechnungsstellung erfolgt bei Werbeaufträgen mit einem Buchungszeitraum von bis zu einem Monat nach Ende des Buchungszeitraums. Bei Werbeaufträgen mit einer Dauer von mehr als einem Monat erfolgt eine monatliche abschlagsweise Rechnungsstellung anteilig für die bereits erbrachten Leistungen.
- 5.3 VZ ist berechtigt, im Einzelfall, insbesondere wenn begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Werbekunden bestehen, der Werbekunde seinen Sitz im Ausland hat oder im Falle eines Erstauftrags durch den Werbekunden, die Erbringung oder Fortsetzung der Werbeleistungen vom vollständigen Zahlungseingang abhängig zu machen.
- 6. Stornierung von Werbeaufträgen**
- Aufträge vom Werbekunden können per Brief, Fax oder per Email storniert werden. Für die Leistungen, die VZ schon im Vorfeld der Platzierung der Werbemittel erbracht hat, fällt bei kurzfristiger Stornierung bzw. Teilstornierungen eine pauschalierte Aufwandsentschädigung an. Diese beträgt innerhalb von 5 Werktagen vor Beginn des Werbezeitraums 50 % des stornierten Bruttoauftragsvolumens. Wird nach Beginn der Platzierung der Werbemittel storniert, beträgt die pauschale Aufwandsentschädigung 100 % des stornierten Bruttoauftragsvolumens. Es bleibt dem Werbekunden unbenommen, nachzuweisen, dass kein oder ein geringerer Aufwand entstanden ist. VZ wird sich dasjenige anrechnen lassen, was in Folge der

Stornierung an Aufwendungen erspart oder durch anderweitige Buchungen erworben werden konnte oder VZ böswillig zu erwerben unterlassen hat.

7. Keine Exklusivität

VZ sichert dem Werbekunden keinerlei Exklusivität zu und wird andere Werbekunden, die zu dem Werbekunden in einem Wettbewerbsverhältnis stehen, nicht von der Buchung von Werbeaufträgen ausschließen.

8. Haftung des Werbekunden

Der Werbekunde stellt VZ auf erstes Anfordern von sämtlichen Ansprüchen frei, die Dritte gegenüber VZ wegen der VZ überlassenen und von VZ im Auftrag des Werbekunden veröffentlichten Werbemittel und der Seiten, auf die durch einen Link über die Werbemittel verwiesen wird, geltend machen. Dies gilt insbesondere in Bezug auf die unter Ziff. 4.2 abgegebenen Garantien. Der Werbekunde übernimmt hierbei die Kosten einer notwendigen Rechtsverteidigung von VZ einschließlich sämtlicher Gerichts- und Anwaltskosten in gesetzlicher Höhe. Der Werbekunde ist verpflichtet, VZ für den Fall einer Inanspruchnahme durch Dritte unverzüglich, wahrheitsgemäß und vollständig sämtliche ihm zur Verfügung stehenden Informationen mitzuteilen, die für eine Prüfung der Ansprüche und eine Verteidigung erforderlich sind. Darüber hinausgehende Schadensersatzansprüche von VZ gegenüber dem Werbekunden bleiben unberührt.

9. Haftung von VZ

VZ haftet – gleich aus welchem Rechtsgrund – nur

- bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit eines gesetzlichen Vertreters, eines leitenden Angestellten oder sonstigen Erfüllungshelfen;
- dem Grunde nach bei jeder schuldhaften Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (wobei der Begriff der wesentlichen Vertragspflicht abstrakt eine solche Pflicht bezeichnet, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die jeweils andere Partei regelmäßig vertrauen darf), bei Verzug und Unmöglichkeit, wobei die Haftung bei Vermögens- und Sachschäden auf die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt ist.

Die vorgenannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht in den Fällen zwingender gesetzlicher Haftung, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz, bei Übernahme einer Garantie sowie bei schuldhaften Verletzungen des Lebens, des Körpers und der Gesundheit.

10. Datenschutz

10.1 Der Werbekunde ist verpflichtet, die datenschutzrechtlichen Bestimmungen einzuhalten.

10.2 Der Werbekunde verpflichtet sich, im Rahmen der Werbemittel keine Technologien, wie z.B. Cookies, zu verwenden, die eine Erhebung personenbezogener Daten ohne ausdrückliches Einverständnis des Nutzers ermöglichen.

11. Vertraulichkeit

Die Vertragsparteien verpflichten sich, alle Informationen, die sie im Zusammenhang mit der Vertragsabwicklung erhalten, vertraulich zu behandeln und Dritten keine Daten zugänglich zu machen. Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit gilt auch über die Beendigung des Vertrages hinaus für zehn Jahre ab Vertragsschluss. Nicht Dritte im Sinne dieser Ziff. 11 sind verbundene Unternehmen des jeweiligen Vertragspartners i.S.v. §§ 15 ff. AktG. Die vorstehende Vertraulichkeitsverpflichtung gilt nicht für Informationen, die bei oder nach Bekanntgabe ohne Verschulden der Partei, die die Information erhält, bereits offenkundig sind oder werden oder die der Partei, die die Information erhält, gemäß eigener schriftlicher Aufzeichnungen bei Erhalt bereits bekannt gewesen sind oder die eine Partei von einem Dritten erhält, ohne dass dieser Dritte diese Informationen direkt oder indirekt von der anderen Vertragspartei erhalten hat oder die laut Gesetz oder auf Aufforderung einer Steuerbehörde oder auf Anordnung einer zuständigen Behörde, Regierungsstelle oder eines zuständigen Gerichts offen zu legen sind.

12. Schlussbestimmungen

12.1 Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt der Werbeauftrag im Übrigen wirksam. Das gleiche gilt, sofern diese AGB eine Regelungslücke enthalten. Anstelle der ganz oder teilweise unwirksamen oder fehlenden Regelung tritt das, was die Parteien bei verständiger Würdigung der ganz oder teilweisen Unwirksamkeit oder des Fehlens der Regelung vereinbart hätten, falls ihnen dieser Umstand bekannt gewesen wäre, in Kraft.

12.2 Der Vertrag unterliegt dem Recht der Bundesrepublik Deutschland mit Ausnahme des UN-Kaufrechts (CISG).

12.3 Ausschließlicher Gerichtsstand für alle Ansprüche aus oder im Zusammenhang mit dem Werbeauftrag ist Berlin, sofern der Werbekunde ein Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.