

## **ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR DIE VERMARKTUNG VON WERBEZEITEN DER SENDER DMAX AUSTRIA UND TLC AUSTRIA**

### **„AGB DMAX AUSTRIA/TLC AUSTRIA“ STAND JÄNNER 2019**

Änderungen und Druckfehler vorbehalten.

#### **1. ALLGEMEINES, GELTUNGSBEREICH**

##### **1.1.**

Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG (im Folgenden kurz „Veranstalterin“ genannt) strahlt mit einer Sendelizenz der Medienanstalt Berlin-Brandenburg in Deutschland die Free-TV Programme „DMAX“ und „TLC“ aus. Von der Veranstalterin werden die TV-Programme unter den Bezeichnungen „DMAX Austria“ (ab 01.10.2014) und „TLC Austria“ (ab 01.01.2019 ) über Digital-Satellit und Kabel als Free-TV-Programme als Simulcasts der deutschen Signale verbreitet. Hierbei werden Teile der Programme für Deutschland mit entsprechenden speziell für Österreich bereitgestellten Inhalten (insbesondere Werbefenster) ersetzt.

##### **1.2.**

Goldbach Media Austria GmbH (GMA) ist exklusiv, d.h. unter Ausschluss Dritter, für die Vermarktung der Werbezeiten an Werbekunden in Österreich von DMAX Austria und TLC Austria zuständig. Der Vertrag über die Ausführung des vom Auftraggeber erteilten Sendeauftrags wird von GMA im eigenen Namen und auf eigene Rechnung zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend kurz „AGB“ genannt) abgeschlossen. Für alle Vertragsverhältnisse zwischen GMA und den werbetreibenden Vertragspartnern (Auftraggeber) über die Ausstrahlung von Werbespots, anderen Werbeformen und Sponsoring (nachfolgend zusammenfassend Werbung genannt) gelten ausschließlich diese AGB. Sie finden keine Anwendung auf Teletext-Werbung, sowie auf Werbung in mobilen oder Online-Diensten von DMAX und TLC.

##### **1.3.**

GMA ist berechtigt, sämtliche Rechte aus diesem Vertrag an die Veranstalterin abzutreten, sodass nach erfolgter Abtretung die Veranstalterin diese Rechte gegenüber dem Auftraggeber geltend machen kann. Der Auftraggeber wird über die erfolgte Abtretung informiert.

##### **1.4.**

Die nachstehenden AGB gelten ausschließlich. Entgegenstehende oder von diesen AGB abweichende Bedingungen des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn GMA stimmt ihrer Geltung ausdrücklich und schriftlich zu. Gegenbestätigungen des Auftraggebers unter Hinweis auf seine eigenen Geschäftsbedingungen werden hiermit ausdrücklich widersprochen. Die vorliegenden AGB gelten auch dann, wenn GMA in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichender Bedingungen des Auftraggebers einen Auftrag vorbehaltlos ausführt.

1.5.

Änderungen dieser AGB werden dem Auftraggeber schriftlich bekannt gegeben. Sie gelten als genehmigt, wenn der Auftraggeber ihnen nicht binnen eines Monats nach Bekanntgabe der Änderung schriftlich widerspricht. GMA wird den Auftraggeber ausdrücklich auf sein Widerspruchsrecht hinweisen. Zur Fristwahrung für den Widerspruch genügt dessen rechtzeitige Absendung.

1.6.

Soweit in diesen AGB auf Produktbeschreibungen und Preislisten Bezug genommen wird, sind diese Bestandteil dieser AGB.

1.7.

Die nachfolgenden Begriffe haben in diesen AGB die folgende Bedeutung: „Werbespots“ sind Bewegtbilder (Filme) mit einer Dauer von mindestens 5 Sekunden, in denen bildschirmfüllend Waren und/oder Dienstleistungen beworben werden, ohne direktes Kaufangebot.

„Sonderwerbform“ ist jede Werbeform, die nicht Werbespot ist. Sonderwerbform ist beispielsweise, aber nicht abschließend: Splitscreen-Werbung, Dauerwerbesendungen, Sponsoring etc..

„Werbeinsel“ meint die Hintereinanderschaltung mehrerer Werbespots.

„Werbung“ bezeichnet in diesen AGB als Oberbegriff vom Auftraggeber zur Ausstrahlung in Auftrag gegebene Werbespots oder Sonderwerbformen gleichermaßen, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes bestimmt wird.

## **2. VERTRAGSSCHLUSS, RÜCKTRITT**

2.1.

Vertragspartner des Auftraggebers ist GMA.

2.2.

Alle Angebote von GMA sind freibleibend und stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Werbezeiten.

2.3.

Der Vertrag über die Schaltung und Ausstrahlung einer Werbung (Sendevertrag) kommt durch die Auftragserteilung des Auftraggebers und die Annahme von GMA entweder durch schriftliche oder elektronische Bestätigung, oder durch Ausstrahlung der Werbung ohne vorherige schriftliche Bestätigung in den Programmen von DMAX Austria und TLC Austria zustande. Der Auftrag enthält Angaben über Auftraggeber, den Werbungtreibenden, das Buchungsvolumen, die Spotlängen sowie in der Regel den Werbeblock und das redaktionelle Umfeld.

2.4.

Auftraggeber und GMA haben das Recht, bis 4 Wochen vor Ausstrahlung der Werbung von dem Auftrag ganz oder in Teilen durch schriftliche Erklärung zurückzutreten. Im Fall von Werbespots mit einer Dauer von 90 Sekunden und länger oder Sonderwerbformen ist der Rücktritt ausgeschlossen. Das Recht beider

Parteien zur außerordentlichen Kündigung bleibt unberührt. Für GMA besteht ein wichtiger Grund insbesondere dann, wenn der Auftraggeber in Zahlungsschwierigkeiten oder Vermögensverfall gerät, oder über sein Vermögen das Insolvenzverfahren eröffnet wird, oder der Auftraggeber in Liquidation tritt.

### **3. AGENTURBUCHUNGEN**

#### 3.1.

Aufträge von Agenturen oder sonstigen für den Auftraggeber handelnden Dritten (Vermittler) werden nur für namentlich genau bezeichnete Werbetreibende angenommen. GMA ist berechtigt, von der Agentur oder dem Vermittler einen Mandatsnachweis zu verlangen.

#### 3.2.

Bei Buchungen von Agenturen oder Vermittlern behält sich GMA das Recht vor, Buchungsbestätigungen Bei Buchungen von Agenturen oder Vermittlern behält sich GMA das Recht vor, Buchungsbestätigungen auch an den Auftraggeber weiterzuleiten.

#### 3.3.

Die Agentur bzw. der Vermittler tritt mit Auftragserteilung ihre/seine Ansprüche gegen den Auftraggeber aus dem der Forderung zugrundeliegenden Werbevertrag an GMA ab, sofern und soweit sie Gegenstand des fraglichen Auftrags sind. GMA nimmt diese Abtretung hiermit an. GMA ist berechtigt, die Abtretung dem Auftraggeber gegenüber offen zu legen, wenn die Forderung GMA aus dem Verkauf von Werbezeit an den Auftraggeber nicht binnen eines Monats nach Fälligkeit beglichen ist.

### **4. AUSSTRAHLUNG, SENDEZEITEN**

#### 4.1.

Die Ausstrahlung von Werbung erfolgt im vereinbarten Sendegebiet. Soweit nicht abweichend vereinbart, erfolgt die Ausstrahlung im gesamten Sendegebiet von DMAX Austria und TLC Austria im Rahmen der tatsächlichen technischen Verbreitungskapazitäten.

#### 4.2.

Die Werbung wird grundsätzlich in der gebuchten Werbeinsel platziert, sofern nicht Beschränkungen aufgrund rundfunkrechtlicher Bestimmungen, wie insbesondere des Jugendschutzes, entgegenstehen. Sofern sich der Auftraggeber und GMA nicht bei Auftragserteilung bereits auf die Zuteilung der beauftragten Werbung auf bestimmte Werbeinseln geeinigt haben, wird GMA die Werbung nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers den Werbeinseln zuteilen. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Platzierung bis 4 Werktage vor Ausstrahlung der Werbung schriftlich oder per E-Mail umzubuchen.

**4.3.**

Die Werbeinseln sind zu Preisgruppen zusammengefasst. Bei einer unerheblichen zeitlichen Verlagerung einzelner Inseln, etwa aus programmlichen oder technischen Gründen, bleibt der Preis der jeweiligen Preisgruppe bestehen. Eine Gewähr, dass die einzelne Werbung innerhalb einer Werbeinsel in bestimmter Reihenfolge ausgestrahlt wird, übernimmt GMA nicht. Ferner wird keine Gewähr dafür übernommen, dass neben den im Programmschema ausgewiesenen Werbeinseln keine weiteren Werbeinseln angeboten werden. Eine bestimmte Platzierung der vereinbarten Werbung innerhalb einer Werbeinsel oder ein Konkurrenzausschluss können nicht wirksam vereinbart werden und werden nicht gewährleistet. Darüber hinaus gelten die Einschränkungen des Punkt 4.6.

**4.4.**

Die vereinbarten Sendezeiten werden nach Möglichkeit eingehalten. Eine Verschiebung der Sendezeit durch GMA innerhalb einer bestimmten, in der Preisliste aufgeführten Preisgruppe ist jedoch, soweit nicht ausdrücklich schriftlich etwas anderes vereinbart wurde, möglich. Der GFKtag beginnt um 3:00 Uhr und endet um 2:59:59 Uhr des darauf folgenden Kalendertages.

**4.5.**

Im Fall des Sponsorings wird zu Beginn und am Ende der Sendung auf die Finanzierung durch den Auftraggeber hingewiesen. Für den Hinweis gelten die Bestimmungen des österreichischen Bundesgesetzes über audiovisuelle Mediendienste („AMD-G“).

**4.6.**

Die Veranstalterin ist jederzeit und ohne Verpflichtung zur Angabe von Gründen berechtigt ihr Programm zu ändern, insbesondere Werbeinseln nicht auszustrahlen. Fällt eine Werbung aus programmlichen oder technischen Gründen, wegen höherer Gewalt, Streik oder aufgrund gesetzlicher Bestimmungen etc. aus, so ist GMA berechtigt, die Werbung nach Möglichkeit entweder vorzulegen oder nachzuholen. Sofern es sich nicht um eine unerhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hiervon informiert, wenn dies zeitlich vernünftigerweise möglich ist. Die Verschiebung einer Werbung ist unerheblich, wenn sie innerhalb des gleichen redaktionellen Umfeldes erfolgt. Zu der hier beschriebenen Vorverlegung oder Nachholung einer Werbung ist GMA insbesondere im Fall kurzfristiger Änderungen des vorgesehenen Programmablaufs wegen aktueller Geschehnisse berechtigt. Dabei werden Genre und Wertigkeit des neuen programmlichen Umfeldes denen des ursprünglich vereinbarten programmlichen Umfeldes entsprechen und zwar in erster Linie durch eine gleichwertige Ausstrahlung, die sich an ein gleiches Zielpublikum richtet. Sofern der Auftraggeber der Verschiebung der Werbung nicht binnen 3 Werktagen ab Mitteilung schriftlich widerspricht, gilt dies als Einverständnis des Auftraggebers mit der Verschiebung der Werbung bzw. der Einbettung der Werbung in ein anderes programmliches Umfeld. Im Fall, dass die Werbung weder vorverlegt noch nachgeholt werden kann, oder im Fall, dass der Auftraggeber der vorgeschlagenen Vorverlegung, Nachholung oder Einbettung in ein anderes programmliches Umfeld widerspricht, hat der Auftraggeber Anspruch auf Rückzahlung des von ihm entrichteten Grundpreises, von der Rückzahlung ausgenommen sind Produktionskosten sowie sonstige Kosten. Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

4.7.

GMA weist darauf hin und der Auftraggeber erklärt sich hiermit ausdrücklich einverstanden, dass bezahlte Werbebuchungen Vorrang vor solchen haben, die kostenlos gewährt werden (z.B. aufgrund eines sog. "Naturalrabattes" oder im Rahmen einer besonderen vertraglichen Vereinbarung). Sofern nicht abweichend vereinbart, wird GMA jedoch zeitnah eine aufgrund der vorgenannten Umstände ausgefallene Werbesendung nachholen.

4.8.

Nach Abschluss des Sendemonats stellt die GMA dem Auftraggeber Sendebestätigungen mit Angabe der tatsächlichen Ausstrahlungszeit der für den Auftraggeber ausgestrahlten Werbung und der betreffenden Werbeinseln zur Verfügung.

## 5. SENDEMATRIAL

5.1.

Der Auftraggeber verpflichtet sich, Sendeunterlagen und technisch einwandfreies Sendematerial für die jeweiligen Sendungen rechtzeitig und auf eigene Kosten zur Verfügung zu stellen. Der Auftraggeber trägt die Gefahr bei der Übermittlung von Sendeunterlagen und Sendematerial. Sendeunterlagen und technisch einwandfreies Sendematerial (Motivpläne und Spots) müssen spätestens 4 Werktage vor Sendung bei der Disposition vorliegen. Bei verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung kann keine Gewähr für die ordnungsgemäße Ausstrahlung übernommen werden. GMA kann dem Auftraggeber die für die vereinbarte Sendezeit geschuldete Vergütung in Rechnung stellen, wenn die Werbung aus Umständen, die der Auftraggeber zu vertreten hat, nicht zur Ausstrahlung kommt, z.B. aufgrund verspätet gelieferter, fehlerhafter oder falsch gekennzeichneten Materialien.

5.2.

Zur Ausstrahlung werden nur Sendebänder in der Sendenorm Digital Betacam, PAL, aspect ratio 16:9 angenommen. Die Bänder dürfen bei der Wiedergabe keine Channel-condition yellow oder red produzieren. Die Bänder müssen vollständig Hinterband geprüft sein, Aufzeichnungsformat ist 625 Zeilen/ 50 Halbbilder. Die Felddominanz muss auf dem ersten Halbbild liegen. Die aufgezeichneten Videosignale müssen den ITU-R 601/656 Empfehlungen entsprechen. Ton (physische und digitale Anlieferung): Stereo-Sendeton auf Spur 1+2. Lautheitssteuerung gemäß EBU -Recommendation R128 mit einer Programmlautheit (Target Level) von 23 LUFS (+/- 1 LU). Dabei darf der maximale TruePeak Level -1 dBTP nicht überschreiten. Die maximale Momentary Loudness darf -15 LUFS (+8 LU) und die maximale Short-term Loudness darf -20 LUFS (+3 LU) nicht überschreiten. Der digitale Audiopegel soll bei -9 dBfs (Vollaussteuerung) liegen, der Referenzpegel liegt bei -18 dBfs. Bei Monoprogrammen sind Spur 1 und 2 mit einem phasengleichen und identischen Signal zu belegen. Stereoprogramme haben den linken Kanal auf Spur 1 und den rechten Kanal auf Spur 2, sie dürfen keinen Phasenfehler enthalten. Auf dem Band befindet sich ein fortlaufender LTC und VITC nach SMPTE/EBU, wobei der LTC gleich dem VITC ist. Der technische Vorspann besteht aus 1 Minute und 30 Sekunden Farbbalken 100/0/75/0 oder 100/0/100/0 und einem Pegelton 1 kHz - 18 dBfs auf allen belegten Audiospuren gefolgt von 30 Sekunden Schwarz mit Silence und einer Klappe/Slate mit dem Namen des Werbebeitrags/Duration. Der Werbebeitrag beginnt bei 10 : 00 : 00 : 00. Nach dem Werbebeitrag befindet sich mindestens 30

Sekunden Schwarz. Falls sich mehrere Werbebeiträge auf einem Band befinden muss zwischen dem Ende und Anfang der verschiedenen Werbebeiträge 30 Sekunden Schwarz sein.

Der Auftraggeber wird unter Angabe von Gründen benachrichtigt, wenn entdeckt wird, dass Sendeunterlagen oder Sendematerial unbrauchbar sind oder sonst nicht den vertraglichen Vorgaben entsprechen. Die GMA ist nicht verpflichtet, Sendeunterlagen und Sendematerial zu überprüfen.

### 5.3.

Dem Sendematerial ist ein Begleitschreiben (MAZ Karte) beizufügen, das folgende Informationen beinhalten muss:

- Name des Kunden und Kontaktdaten;
- Titel des Werbebeitrags;
- Bandnummer, Ident Number;
- technische Angaben incl. der Time Codes, Spurenbelegung;
- Liste der Werbebeiträge;
- AKM-(bzw. GEMA-)Angaben.

### 5.4.

Sendeunterlagen und Sendematerial, die GMA oder von ihr benannten Beauftragten zur Verfügung gestellt wurden, gehen mit Übersendung in das Eigentum von GMA über, werden von GMA drei Monate ab der letzten Ausstrahlung der Werbung verwahrt und dem Auftraggeber nur auf schriftliche Anforderung gegen Kostenerstattung zurückgesandt. GMA übernimmt keine Haftung für Schäden oder Verlust des Sendematerials, die bei der Lagerung oder beim Rücktransport auftreten, es sei denn GMA ist vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten vorzuwerfen. Sollte ein Motiv für eine Werbung mehr als drei Monate nicht mehr zum Einsatz kommen, ist GMA berechtigt, hierfür überlassene Sendeunterlagen und das Sendematerial zu vernichten, anderweitig zu entwerten (z. B. zu überspielen), ohne hierfür dem Auftraggeber ein Entgelt entrichten zu müssen oder dem Auftraggeber zurückzusenden. Das Sendematerial und sonstige Informationen zur Ausstrahlung sind ausschließlich an die Disposition von GMA zu richten.

### 5.5.

Auf entsprechende gesonderte Vereinbarung übernimmt GMA die Produktion von zur Ausstrahlung in Auftrag gegebenen Sponsorings auf Kosten des Auftraggebers. In diesem Fall muss das kreative Konzept für das Sponsoring 20 Werktage vor dem Termin der ersten Ausstrahlung bei GMA vorliegen. Die Durchführung der Produktion im Übrigen bestimmt sich nach der individuellen Vereinbarung über die Produktion.

## 6. ZURÜCKWEISUNG

### 6.1.

Es besteht keine Verpflichtung von GMA, sich die Werbung vor Annahme des Auftrags oder vor Ausstrahlung anzusehen und zu prüfen. Zur Klarstellung: Die Verantwortung für die rechtliche Zulässigkeit der Werbesendung verbleibt gemäß Ziffer 11.1 allein beim Auftraggeber. GMA behält sich auch bei rechtsverbindlich angenommenen oder bereits teilweise ausgeführten Sendeaufträgen vor, die Werbung wegen ihres Inhalts, ihrer Form, ihrer Herkunft oder ihrer technischen Qualität, oder aus anderen sachlich gerechtfertigten Gründen, insbesondere auch wenn der Inhalt der Werbung gegen die Interessen der Veranstalterin oder GMA verstößt, zurückzuweisen. GMA teilt dem Auftraggeber die Zurückweisung und ihre Begründung unverzüglich mit. Sofern die Zurückweisung auf Gründen beruht, die der Abhilfe zugänglich sind, stellt der Auftraggeber unverzüglich eine neue bzw. geänderte Vorlage zur Ausstrahlung zur Verfügung, die sämtlichen Anforderungen entspricht. Sollte diese Vorlage für den ursprünglich geplanten Ausstrahlungszeitpunkt nicht oder nicht rechtzeitig zur Verfügung stehen, so behält GMA ungeachtet dessen den Vergütungsanspruch. Beruht die Zurückweisung auf Gründen, die der Abhilfe nicht zugänglich sind, so beispielsweise, wenn der Inhalt der Werbung aus Sicht von GMA gegen ihre Interessen oder jene der Veranstalterin verstößt, gilt der Vertrag für die noch nicht ausgestrahlte Werbung als aufgelöst. Der Auftraggeber hat in diesem Fall Anspruch auf Rückerstattung etwaig bereits gezahlten Entgelts. Etwaige weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

### 6.2.

Wird die Werbung trotz der zunächst erklärten Zurückweisung ausgestrahlt, bleibt es bei der ursprünglichen Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers, es sei denn, der Auftraggeber hält an seinem Angebot auf ein entsprechendes Vertragsangebot nicht mehr fest und fordert die eingesandten Sendeunterlagen und das Sendematerial mindestens 10 Tage vor der Werbung zurück.

## 7. RECHTEEINRÄUMUNG

### 7.1.

Der Auftraggeber sichert zu, dass er über sämtliche für die Nutzung der Werbung erforderlichen Urheber-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte verfügt und sie zur Durchführung des Auftrages auf GMA übertragen kann. Der Auftraggeber hat die Befugnis zur Nutzung sämtlicher Rechte im Zusammenhang mit der Werbung (Verfilmungsrecht bzw. sync rights) auf eigene Verantwortung und Kosten mit den Inhabern der Nutzungsrechte zu klären und auf Verlangen von GMA in geeigneter Form nachzuweisen.

### 7.2.

Der Auftraggeber überträgt GMA und der Veranstalterin die urheber- und leistungsschutzrechtlichen Nutzungsrechte an der übergebenen Werbung, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Umfang und örtlich unbegrenzt, insbesondere auch das Recht, die Nutzungsrechte an zur Sendeabwicklung beauftragte Dritte weiterzuübertragen. Die Nutzungsrechte berechtigen insbesondere zur Ausstrahlung mittels aller bekannten technischen

Verfahren und in allen bekannten Formen und Übertragungsarten des Fernsehens. Dies beinhaltet auch das Recht zur zeitgleichen, unveränderten Wiedergabe (Simulcast) der Werbung in Online-Medien aller Art z.B. Internet unabhängig von der Art der Übertragung (Abruf oder Stream) und unabhängig vom Empfangsgerät. Der Auftraggeber stellt GMA, die Veranstalterin und/oder den ggf. betroffenen Sender von allen Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern und vollumfänglich frei und ersetzt ggf. darüber hinausgehende Schäden (Kosten der Rechtsverfolgung). Der Auftraggeber verpflichtet sich, GMA bzw. die Veranstalterin bei der Rechtsverteidigung durch Informationen und Unterlagen zu unterstützen.

### 7.3.

Gleichzeitig mit der Übersendung der Sendeunterlagen teilt der Auftraggeber die für die Abrechnung mit Verwertungsgesellschaften notwendigen Angaben für Tonträger, insbesondere Produzent, Komponist, Titel und Länge der verwendeten Musik, schriftlich mit.

## **8. PREISE, ZAHLUNGSBEDINGUNGEN**

### 8.1.

Für die Preise ist die jeweils gültige Preisliste maßgebend. Alle Preise verstehen sich in Euro zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Steuern und Abgaben. Für die Preisberechnung wird die tatsächliche Dauer der Werbung zugrunde gelegt. Unmittelbar nacheinander geschaltete Werbespots, in denen in identischer oder nahezu identischer Weise ein Produkt oder eine Dienstleistung beworben wird oder in denen ein Werbetreibender für mehrere seiner Produkte und/oder Dienstleistungen wirbt, werden jeweils gesondert für sich als einzelne Werbespots gezählt. Die Preise für Sonderwerbformen und Produktionskosten werden gesondert vereinbart.

### 8.2.

Die in der Preisliste aufgeführten Rabatte werden auf die Gesamtrechnungssumme für ausgestrahlte Werbung (ohne Berücksichtigung von Sonderwerbformen) innerhalb eines Kalenderjahres gewährt. Rabattangaben im Rahmen der Auftragsabwicklung auf maschinell erstellten Belegen gelten daher nur als vorläufig. Konzernrabatte bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der gesonderten schriftlichen Bestätigung. Für die Gewährung von Konzernrabatten gilt der Konzernstatus des Auftraggebers zum 1. Januar des Kalenderjahres. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichts, bei Personenhandelsgesellschaften durch Vorlage eines Firmenbuchauszugs nachzuweisen. Nachweise, die nach dem 30. Juni zugehen, können in dem betreffenden Jahr keine Berücksichtigung mehr finden. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Ein Konzern im Sinne dieser Bestimmung ist die kapitalmäßige Beteiligung des Mutterunternehmens an dem/den Tochterunternehmen mit mehr als 50 %. § 15 Aktiengesetz findet keine Anwendung. Sonderwerbformen sind weder rabattbildend noch rabattfähig.

### 8.3.

Für alle von einer Agentur in Auftrag gegebenen Werbesendungsaufträge wird bei Fakturierung direkt an die Agentur eine Agenturvergütung in Höhe von 15% des Auftragswerts (Rechnungssumme ohne



gesetzliche Steuern und Abgaben und nach Abzug von allen Rabatten, aber vor Skonto) geleistet, vorbehaltlich Zahlungseingang bei GMA und Jahresendabrechnung. Bei der Veränderung eines Rabatts durch Zubuchung oder Storno wird der Agenturrabatt neu berechnet. Es erfolgt dann ggf. eine Nachbelastung oder Auszahlung.

#### 8.4.

Verbundwerbung, d. h. die Zusammenfassung von Werbung für mehrere Anbieter in einer Werbung, bedarf einer gesonderten, ausdrücklichen und schriftlichen Vereinbarung. Hierin sind die Anbieter namentlich genau zu bezeichnen. GMA ist zur Erhebung eines Verbundzuschlags berechtigt.

#### 8.5.

Änderungen der Preisliste sind jederzeit möglich. Für vereinbarte und bestätigte Sendeaufträge sind die Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie mindestens 2 Wochen vor Ausstrahlung der Werbung angekündigt werden. Im Fall einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Kündigungsrecht zu. Das Kündigungsrecht muss innerhalb von 5 Werktagen nach Erhalt der Mitteilung schriftlich ausgeübt werden. Alternativ hat der Auftraggeber das Recht, die betroffene Werbung umzubuchen, soweit Kapazitäten verfügbar sind.

#### 8.6.

Die vom Auftraggeber geschuldete Vergütung ist mit Abschluss des Vertrags fällig.

#### 8.7.

Zahlungsbedingungen: Werbung wird im Regelfall am Ende jeden Monats für den vorausgegangenen Monat auf der Basis des bis dahin in Auftrag gegebenen Volumens in Rechnung gestellt. Bei nachträglichen Änderungen der Auftragsdaten erfolgt eine Neuberechnung des Auftrags anhand der Ausstrahlung. Die Rechnungsbeträge sind innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum fällig. Bei Eingang der Zahlung innerhalb von zehn Tagen ab Rechnungsdatum wird ein Skonto von 2 % des Rechnungsbetrages gewährt. Der Auftraggeber hat sämtliche Beanstandungen betreffs der ihm erteilten Rechnungen innerhalb von 2 Wochen nach Rechnungserhalt zu rügen. Nach Ablauf von 2 Wochen gelten dem Auftraggeber erteilte, nicht gerügte Rechnungen als genehmigt. Für sämtliche Zahlungsverfahren gilt: Bankspesen gehen zu Lasten des Auftraggebers. Zu Lasten des Auftraggebers gehen auch eventuelle Stornogebühren, die GMA belastet werden, wenn bei Vereinbarung eines Abbuchungsverfahrens das vom Auftraggeber genannte Konto keine genügende Deckung aufweist oder aufgrund sonstiger, vom Auftraggeber zu vertretender Gründe die Abbuchung nicht erfolgt ist oder erfolgen kann. Schecks und Wechsel werden nur erfüllungshalber angenommen.

#### 8.8.

Neukunden und unregelmäßig buchende Kunden sind verpflichtet, die anfallende Vergütung grundsätzlich im Voraus zu leisten. Die Vergütung ist sieben (7) Werktage vor der geplanten Erstausrahlung der Werbesendung zur Zahlung fällig.

**8.9.**

Bei Zahlungsverzug ist GMA berechtigt, die Durchführung des Auftrags zurückzustellen, ohne dass daraus ein Ersatzanspruch des Auftraggebers entstehen kann. Im Falle des Zahlungsverzugs ist die Veranstalterin berechtigt, Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe zu verlangen. Die Geltendmachung eines weitergehenden Schadens bleibt ausdrücklich vorbehalten.

**8.10.**

Bei Gutschriften erfolgt der Ausgleich durch Verrechnung oder Zahlung, wobei in den Fällen, in denen eine mit der Gutschrift stornierte Rechnung unter Abzug von Skonto bezahlt wurde, auch vom Gutschriftbetrag ein entsprechender Abzug vorgenommen wird. Sofern Rechnungen nicht im Abbuchungsverfahren ausgeglichen werden, sind Zahlungen - soweit nicht in den Rechnungen ausdrücklich abweichend angegeben - ausschließlich auf die von GMA benannte Bankverbindung zu entrichten.

**8.11.**

Rechnungs- und Preisirrtum bleiben vorbehalten.

**9. GEWÄHRLEISTUNG****9.1.**

Der Auftraggeber hat die in Auftrag gegebene Werbung während der Ausstrahlung oder unverzüglich danach zu prüfen und einen eventuellen Mangel gegenüber der Disposition von GMA innerhalb einer Frist von 2 Wochen schriftlich anzuzeigen. Nach Ablauf dieser Frist gilt die Werbung als genehmigt.

**9.2.**

Wird eine Werbung aus Gründen, die GMA, die Veranstalterin oder ein von diesen beauftragter Dritter zu vertreten hat nicht oder mangelhaft ausgestrahlt, stellt GMA die auftragsgemäße Durchführung des Sendeauftrags durch ein Ersatzausstrahlung sicher (Nachbesserung). Sollte diese Nachbesserung fehlschlagen oder aufgrund der Umstände im Einzelfall nicht möglich sein, hat der Auftraggeber gegenüber GMA die Wahl, im Verhältnis der mangelhaften Leistung zur mangelfrei erbrachten Leistung Herabsetzung der Vergütung (Preisminderung) oder Rückgängigmachung des Vertrages (Wandlung) zu verlangen. Bei einem nur geringfügigen Mangel steht ihm das Rücktrittsrecht nicht zu. Schadensersatz kann allein nach Maßgabe von Ziffer 10 verlangt werden. Für Mangelfolgeschäden wird grundsätzlich keine Haftung übernommen. Die genannten Rechte verjähren in 12 Monaten ab Kenntnis des Auftraggebers von der nicht auftragsgemäß erfolgten Ausstrahlung.

## **10.HAFTUNG VON GMA**

### 10.1.

GMA haftet für Schäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, insbesondere aus Verschulden bei Vertragsschluss, wegen sonstiger Pflichtverletzungen oder wegen deliktischer Ansprüche, nur, sofern der Auftraggeber Schadensersatzansprüche geltend macht, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit einschließlich Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Veranstalterin, Vertreter oder Erfüllungsgehilfen von GMA beruhen.

### 10.2.

Die Haftung ist auf den Ersatz des vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Die vorstehende Haftungsbegrenzung gilt auch für die vorsätzliche oder grob fahrlässige Verletzung von Pflichten durch Angestellte, Mitarbeiter oder Beauftragte von GMA, die nicht Organe oder leitende Angestellte sind.

### 10.3.

GMA haftet nicht für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn, es sei denn der Anspruch geht auf Vorsatz von GMA oder ihrer Organe oder ihrer leitenden Angestellten zurück.

### 10.4.

Die uneingeschränkte Haftung wegen schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleibt unberührt; dies gilt auch für die zwingende Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz.

### 10.5.

Soweit die Schadenersatzhaftung von GMA ausgeschlossen oder eingeschränkt ist, gilt dies auch im Hinblick auf die persönliche Schadenersatzhaftung von deren Angestellten, Arbeitnehmern, Mitarbeitern, Vertretern und Erfüllungsgehilfen.

## **11.HAFTUNG UND FREISTELLUNG DURCH AUFTRAGGEBER**

### 11.1.

Im Verhältnis zu GMA trägt allein der Auftraggeber die volle inhaltliche Verantwortung für die Werbung und gewährleistet, dass die Werbung nicht gegen rechtliche, insbesondere rundfunkrechtliche, jugenschutzrechtliche, urheberrechtliche und wettbewerbsrechtliche Regelungen sowie Persönlichkeitsrechte Dritter verstößt. Der Auftraggeber stellt die Veranstalterin bzw. GMA und die von der Veranstalterin bzw. GMA beauftragten Dritten sowie Dritte, die Rechte von der Veranstalterin bzw. GMA ableiten können, insoweit von allen wie auch immer gearteten Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei. Der Auftraggeber wird die Veranstalterin bzw. GMA jeden hierdurch entstandenen Schaden einschließlich der notwendigen Kosten der Rechtsverfolgung ersetzen.

**11.2.**

Widerruft der Auftraggeber seinen Sendeauftrag ohne Einhaltung der in Ziffer 2.4 genannten Fristen aufgrund einer durch Dritte gegen ihn erwirkten Unterlassungsverfügung, sei es aus persönlichkeitsrechtlichen, wettbewerbs- oder urheberrechtlichen Gründen, so bleibt er zur Zahlung in vollem Umfang verpflichtet. Dem Auftraggeber bleibt indes das Recht vorbehalten nachzuweisen, dass der entstandene Schaden geringer ist als der vereinbarte Preis der Werbung.

**12. SONSTIGE BESTIMMUNGEN****12.1.**

Datenschutzrechtliche Zustimmungserklärung: Der Auftraggeber stimmt zu, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Daten (Name oder Firma, Geschäftsanschrift, E-Mailadresse, Telefonnummer von GMA und den österreichischen Mitgliedern der Goldbach Gruppe (Goldbach Austria GmbH (FN 270989p), Goldbach Audience Austria GmbH (FN 272245k), Goldbach Interactive Austria GmbH (364189y)) verwendet werden dürfen, um ihm Informationen über Angebote und damit zusammenhängende Informationsdienste der österreichischen Mitgliedern der Goldbachgruppe (z.B. Newsletter), Informationen über sonstige Produkte aus den Produktparten Online- und Offline-Vermarktung sowie Umsetzung Digitaler Marketinglösungen, Veranstaltungen oder Einladungen per Post, E-Mail oder SMS zukommen zu lassen. Die GMA ist berechtigt, mit der Verarbeitung solcher Daten Dritte zu beauftragen, sofern diese Dritten sich schriftlich zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften verpflichten.

Diese Zustimmung kann jederzeit mittels Fax, Email oder eingeschriebenen Brief widerrufen werden.

**12.2.**

Wenn der Auftraggeber Agentur ist, sichert diese zu, ihre Kunden über das Vertragsverhältnis mit der Veranstalterin und die Tatsache, dass ggf. auch Leistungen von der Agentur gegenüber der Veranstalterin erbracht werden, vollumfänglich in Kenntnis zu setzen. Dies gilt auch für die Tatsache, dass ggf. auf Basis anderer Vereinbarungen Rabatte und Skonti gewährt werden. Die Agenturen sind verpflichtet hinsichtlich ihrer Vertragsbeziehung mit ihren Kunden selbstständig zu überprüfen, ob und inwieweit Rabatte offengelegt und weitergegeben werden müssen.

Die Agenturen stellen selbst bzw. durch entsprechende Vertraulichkeitsvereinbarungen mit ihren Kunden sicher, dass die Kunden die ihnen jeweils überlassenen Angebotsdaten Dritten nicht zugänglich machen. Wenn und soweit Auftraggeber oder deren Kunden Auditoren einsetzen, ist die Weitergabe der Daten an diese nur gestattet, wenn diese vorher eine Geheimhaltungsvereinbarung abschließen und die Auditoren verpflichtet werden, die Daten nicht datenbankmäßig zu eigenen oder fremden Zwecken zu speichern und weiterzuverwenden.

**12.3.**

Die Abtretung oder Übertragung von Ansprüchen aus dem Sendevertrag durch den Auftraggeber oder in dessen Namen handelnden Agenturen bzw. Vermittler ist unzulässig. Agenturen und Vermittler sind verpflichtet, ihre Kunden hierauf ausdrücklich hinzuweisen.

**12.4.**

Änderungen oder Ergänzungen des Sendevertages sowie dieser AGB einschließlich dieser Schriftformklausel sowie Nebenabreden zu dem Vertrag bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.

**12.5.**

Für den Fall, dass eine der Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam ist oder werden sollte, gelten die übrigen Bestimmungen der Vereinbarung unvermindert fort. Die Parteien werden anstelle der unwirksamen eine wirksame Regelung zu vereinbaren, die dem von beiden Parteien mit der unwirksamen Regelung beabsichtigten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Gleiches gilt für unbeabsichtigte Lücken im Vertrag.

**12.6.**

Auf das Vertragsverhältnis ist österreichisches Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen anwendbar.

**12.7.**

Gegenüber Unternehmern wird als ausschließlicher Gerichtsstand für sämtliche Rechtsstreitigkeiten aus diesem Vertragsverhältnis das für den Geschäftssitz der GMA zuständige Gericht vereinbart.

**12.8.**

Für sämtliche Rechtsstreitigkeiten aus diesem Vertragsverhältnis, die die Veranstalterin aufgrund von Rechten geltend macht, die ihr gemäß Punkt 0 abgetreten wurden, wird als Wahlgerichtsstand das für den Geschäftssitz der Veranstalterin zuständige Gericht vereinbart.