

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Stand: Oktober 2020

Änderungen und Druckfehler vorbehalten.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR DIE VERMARKTUNG VON WERBEZEITEN DER VON DISCOVERY COMMUNICATIONS DEUTSCHLAND GMBH & CO KG VERMARKTETEN SENDER

1. ALLGEMEINES, GELTUNGSBEREICH

1.1 Die Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG (nachfolgend: Veranstalterin) vermarktet die Werbezeiten und das Sponsoring der Fernsehsender DMAX, TLC, Discovery Channel, HGTV und Animal Planet sowie der deutschen Fensterprogramme der von der Eurosport SAS in Frankreich veranstalteten TV-Sender Eurosport 1, Eurosport 2 HD Xtra, Eurosport HD und Eurosport 2 (EUROSPORT Sender) (insgesamt nachfolgend „Senderportfolio“ genannt). Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend: AGB) gelten für den Verkauf von Werbespots und Sonderwerbformen wie nachfolgend definiert. Sie finden keine Anwendung auf Teletext-Werbung sowie auf Werbung in mobilen oder Online-Diensten des Senderportfolios.

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

1.3 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. Die Veranstalterin wird den Auftraggeber ausdrücklich auf sein Widerspruchsrecht hinweisen. Zur Fristwahrung für den Widerspruch genügt dessen rechtzeitige Absendung.

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

1.5 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 die Veranstalterin.
2.2 Alle Angebote der Veranstalterin 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 der Veranstalterin entweder durch schriftliche oder elektronische Bestätigung des Auftrags, oder durch Ausstrahlung der Werbung ohne vorherige schriftliche Bestätigung im jeweiligen Programm des Veranstalters zustande. Der von der Veranstalterin schriftlich bestätigte Auftrag gilt als wie bestätigt erteilt, wenn der Auftraggeber nicht binnen 2 Werktagen nach Zugang der Auftragsbestätigung schriftlich widerspricht. Der Auftrag enthält Angaben über Auftraggeber, den Werbungtreibenden, das Buchungsvolumen, die Spottlängen sowie in der Regel den Werbeblock und das redaktionelle Umfeld.

2.4 Mit der Bestätigung wird der Sendeauftrag als Festauftrag angenommen. Auftraggeber und Veranstalterin haben das Recht, bis 6 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 die Veranstalterin 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. Die Veranstalterin ist berechtigt, von der Agentur oder dem Vermittler einen Mandatsnachweis zu verlangen.
3.2 Bei Buchungen von Agenturen oder Vermittlern behält sich die Veranstalterin 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 die Ver-

stalterin ab, sofern und soweit sie Gegenstand des fraglichen Auftrags sind. Die Veranstalterin nimmt diese Abtretung hiermit an. Die Veranstalterin ist berechtigt, die Abtretung dem Auftraggeber gegenüber offen zu legen, wenn die Forderung von der Veranstalterin 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 des jeweiligen Programms im Rahmen der tatsächlichen technischen Verbreitungskapazitäten.

4.2 Die Werbung wird grundsätzlich in der gebuchten Werbeinsel platziert, sofern nicht Beschränkungen aufgrund runderkretlicher Bestimmungen, wie insbesondere des Jugendschutzes, entgegenstehen. Sofern sich der Auftraggeber und die Veranstalterin nicht bei Auftragserteilung bereits auf die Zuteilung der beauftragten Werbung auf bestimmte Werbeinseln geeinigt haben, wird die Veranstalterin die Werbung nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers den Werbeinseln zuteilt. 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 die Veranstalterin 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 Konkurrenzschluss können nicht wirksam vereinbart werden und werden nicht gewährleistet.

4.4 Die vereinbarten Sendezeiten werden nach Möglichkeit eingehalten. Eine Verschiebung der Sendezeit durch die Veranstalterin 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 gesetzlichen Bestimmungen, insbesondere des Rundfunkstaatsvertrages sowie der Werberichtlinien der Landesmedienanstalten.

4.6 Fällt eine Werbung aus programmlichen oder technischen Gründen, wegen höherer Gewalt, Streik oder aufgrund gesetzlicher Bestimmungen etc. aus, so wird die Werbung nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. 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 die Veranstalterin 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. Sofern der Auftraggeber der Verschiebung der Werbung nicht binnen 3 Werktagen auf 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. Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

4.7 Nach Abschluss des Sendemonats stellt die Veranstalterin 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, für die Sender Discovery Channel, Animal Planet, DMAX, HGTV und TLC 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. Die Veranstalterin 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 Für die EUROSPORT Sender gilt, dass der Auftraggeber verpflichtet ist, den EUROSPORT Sendern bis spätestens 5 Werktage (bei TV-Spots) bzw. 10 Werktage (bei TV-Sponsorings) vor dem vereinbarten Sende- oder Schaltungstermin jeweils das für die Ausstrahlung oder die Schaltung oder die Platzierung der WERBUNG erforderliche Material, insbesondere die erforderlichen Bild-/Ton- oder Werbeträger, auf eigene Kosten zur Verfügung zu stellen. Das Sendematerial bzw. die Werbeelemente für TV-Ausstrahlungen sind gemäß der jeweils gültigen technischen Spezifikationen der EUROSPORT Sender anzuliefern. Werden die Materialien der EUROSPORT Sender in einer anderen Sendernorm oder einem anderen Format zur Verfügung gestellt, so sind diese berechtigt, dem Auftraggeber die Überspielungskosten in Rechnung zu stellen. Die Sendematerialien für die EUROSPORT Sender sind zu übersenden an:

EUROSPORT SAS
Katja Beyerrie
3 rue Gaston et René Caudron
92130 Issy-les-Moulineaux
France

oder an jede andere von EUROSPORT mitgeteilte Adresse. Die Gefahr der Versendung trägt der Auftraggeber. Das Material für Online- bzw. Mobile-Werbung auf EUROSPORT Sender-Plattformen ist via Internet (an eine von EUROSPORT zu benennende E-Mail-Adresse) gemäß der jeweils gültigen technischen Spezifikationen von EUROSPORT zur Verfügung zu stellen. Wird EUROSPORT das Material für Online- bzw. Mobile-Werbung in einem anderen als dem beschriebenen Format übermittelt, so ist EUROSPORT berechtigt, dem Auftraggeber die Kosten der erforderlichen Umformulierung in Rechnung zu stellen.

5.3 Zur Ausstrahlung werden nur Sendebänder in der Sendernorm 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. Aufzeichnungsfomat ist 625 Zeilen/ 50 Halbbilder. Die Felddominanz muss auf dem ersten Halbbild liegen. Die aufgezeichneten Video-signalen müssen den ITU-R601/656 Empfehlungen entsprechen. Ton (physische und digitale Anlieferung): Stereo-Sendeton auf Spur 1+2. Lautheitsaussteuerung gemäß EBU-Recommendation R128 mit einer Programm-Lautheit (Target Level) von 23 LUFS (+/- 1 LU). Dabei darf der maximale True-Peak Level -1 dBTP nicht überschreiten. Die maximale Momentary Loudness darf -15 LUFS (+8 LU) und die maximale Shortterm 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 Veranstalterin ist nicht verpflichtet, Sendeunterlagen und Sendematerial zu überprüfen.

5.4 Dem Sendematerial ist ein Begleitschreiben (MAZ-Karte) beizufügen, das folgende Informationen beinhalten muss: Name des Kunden und Kontaktdaten – Titel des Werbebeitrags – Bandnummer, IdentNummer – technische Angaben incl. der Time Codes, Spurenbelegung – Liste der Werbebeiträge – GEMA Angaben.

5.5 Sendeunterlagen und Sendematerial, die der Veranstalterin oder von ihr benannten Beauftragten zur Verfügung gestellt wurden, gehen mit Übersendung in das Eigentum der Veranstalterin über und werden von der Veranstalterin drei Monate ab der letzten Ausstrahlung der Werbung verwahrt und dem Auftraggeber nur auf schriftliche Anforderung gegen Kostenerstattung zurückgesandt. Die Veranstalterin übernimmt keine Haftung für Schäden oder Verlust des Sendematerials, die bei der Lagerung oder beim Rücktransport auftreten, es sei denn der Veranstalterin ist vorsätzliches oder grob-fahrlässiges Verhalten vorzuwerfen. Sollte ein Motiv für eine Werbung mehr als drei Monate nicht mehr zum Einsatz kommen, ist die Veranstalterin berechtigt, hierfür überlassene Sendeunterlagen und das Sendematerial zu vernichten, anderweitig zu entsorgen (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 zu richten.

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

6. ZURÜCKWEISUNG

- 6.1 Es besteht keine Verpflichtung der Veranstalterin, sich die Werbung vor Annahme des Auftrags oder vor Ausstrahlung anzusehen und zu prüfen. Die Veranstalterin 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 wenn der Inhalt der Werbung gegen die Interessen der Veranstalterin verstößt, zurückzuweisen. Die Veranstalterin 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 die Veranstalterin ungeachtet dessen den Vergütungsanspruch. Beruht die Zurückweisung auf Gründen, die der Abhilfe nicht zugänglich sind, so beispielsweise, wenn der Inhalt der Werbung aus Sicht der Veranstalterin gegen Interessen 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. RECHTEINRÄUMUNG

- 7.1 Der Auftraggeber garantiert, dass er für die von ihm übermittelten Inhalte über sämtliche für die Nutzung der Werbung erforderlichen Urheber-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte verfügt und sie zur Durchführung des Auftrages auf die Veranstalterin für die jeweiligen Werbemaßnahmen übertragen kann. Ausgenommen hiervon sind die Aufführungsrechte von GEMA-Repertoire für die Sendung im Fernsehen. Der Auftraggeber hat jedoch das Recht und die Pflicht die Nutzung der Musik im Zusammenhang mit der Werbung (Verfilmungsrecht bzw. Sync rights) auf eigene Verantwortung und Kosten mit den Inhabern der Nutzungsrechte zu klären und ggf. auf Verlangen der Veranstalterin geeigneter Form nachzuweisen.
- 7.2 Der Auftraggeber überträgt 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 weiter zu übertragen. 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 zum Abruf aus Datenbanken, zur Verfügungstellung auf Abruf sowie zur zeitgleichen, unveränderten Wiedergabe (Simulcast) oder auch zeitversetzten Wiedergabe der Werbung in Online- und Mobile-Medien aller Art z.B. Internet, Mobilfunk unabhängig von der Art der Übertragung (Abruf oder Stream) und unabhängig vom Empfangsgerät. Der Auftraggeber stellt 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, 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 Wertungsgesellschaften 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 Mehrwertsteuer. 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 Sonderwerbeformen werden gesondert vereinbart.
- 8.2 Die in der Preisliste aufgeführten Rabatte werden auf die Gesamtrechnungssumme für ausgestrahlte Werbung (ohne Berücksichtigung von Sonderwerbeformen) 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 Handelsregisterauszugs 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 Sinn dieser Bestimmung ist die kapitalmäßige Beteiligung des Mutterunternehmens an dem/den Tochterunternehmen mit mehr als 50 %. Die Vorschriften der §§ 18 ff. Aktien finden keine Anwendung. Sonderwerbeformen sind weder rabattfähig noch rabattfähig.

- 8.3 Für alle von einer Agentur in Auftrag gegebenen Werbespots wird bei Fakturierung direkt an die Agentur eine Agenturvergütung in Höhe von 15 % des Auftragswerts (Rechnungssumme ohne MwSt. und nach Abzug von allen Rabatten, aber vor Skonto) geleistet, vorbehaltlich Zahlungseingang bei der Veranstalterin 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 der Zustimmung der Veranstalterin und einer gesonderten, ausdrücklichen und schriftlichen Vereinbarung. Hierin sind die Anbieter namentlich genau zu bezeichnen. Die Veranstalterin 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 der Veranstalterin belastet werden, wenn bei Vereinbarung eines Abbuchungsverfahrens das vom Auftraggeber benannte 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 Bei Zahlungsverzug ist die Veranstalterin 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.
- 8.9 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 der Veranstalterin benannte Bankverbindung zu entrichten.
- 8.10 Rechnungs- und Preisritum bleiben vorbehalten.

9. GEWÄHRLEISTUNG

- 9.1 Der Auftraggeber hat die in Auftrag gegebene Werbung während der Ausstrahlung und unverzüglich danach zu prüfen und einen eventuellen Mangel gegenüber dem Sender oder der Disposition 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 die Veranstalterin oder ein von der Veranstalterin beauftragter Dritter zu vertreten hat nicht, oder mangelhaft ausgestrahlt, stellt die Veranstalterin 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 die Wahl, im Verhältnis der mangelhaften Leistung zur mangelfreien Leistung Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrages zu verlangen. Bei einem nur geringfügigen Mangel steht ihm das Rücktrittsrecht nicht zu. Schadensersatz kann allein nach Maßgabe von Ziffer 10 verlangt werden. Für Mangelgeschäden wird grundsätzlich keine Haftung übernommen. Die genannten Rechte verjähren in 12 Monaten ab Kenntnis des Auftraggebers von der nicht auftragsgemäß erfolgten Ausstrahlung.

10. HAFTUNG DER VERANSTALTERIN

- 10.1 Die Veranstalterin haftet für Schäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, insbesondere aus Verschulden bei Vertragschluss, wegen sonstiger Pflichtverletzungen oder wegen deliktischer Ansprüche, nur, sofern der Kunde Schadensersatzansprüche geltend macht, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit einschließlich Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Vertreterin oder Erfüllungsgehilfen der Veranstalterin beruhen. Die Veranstalterin haftet ferner ohne Einschränkung nach den gesetzlichen Bestimmungen, sofern die Veranstalterin schuldhaft eine wesentliche Vertragspflicht (Kardinalpflicht) verletzt.
- 10.2 Sofern die Veranstalterin im Fall der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten) keine vorsätzliche oder grob fahrlässige Vertragsverletzung angelastet wird, ist die Schadensersatzhaftung auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Die vorstehenden Begrenzungen gelten auch, soweit der Kunde Ersatz nutzloser Aufwendungen anstelle eines Anspruchs auf Ersatz des Schadens statt der Leistung verlangt. Die vorstehende Haftungsbeschränkung gilt auch für die vorsätzliche oder grob fahrlässige Verletzung von Pflichten durch Angestellte, Mitarbeiter oder Beauftragte der Veranstalterin, die nicht Organe oder leitende Angestellte sind.

- 10.3 Die Veranstalterin haftet nicht für mittelbare Schäden, Mangelgeschäden oder entgangenen Gewinn, es sei denn der Anspruch geht auf Vorsatz der Veranstalterin 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 Schadensersatzhaftung der Veranstalterin ausgeschlossen oder eingeschränkt ist, gilt dies auch im Hinblick auf die persönliche Schadensersatzhaftung einer Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

11. HAFTUNG UND FREISTELLUNG DURCH AUFTRAGGEBER

- 11.1 Im Verhältnis zur Veranstalterin trägt allein der Auftraggeber die volle inhaltliche Verantwortung für die Werbung und gewährleistet, dass die Werbung nicht gegen rechtliche, insbesondere rundfunkrechtliche, jugendschutzrechtliche, urheberrechtliche, presserechtliche und wettbewerbsrechtliche Regelungen sowie Persönlichkeitsrechte Dritter verstößt. Der Auftraggeber stellt die Veranstalterin und die von der Veranstalterin beauftragten Dritten sowie Dritte, die Rechte von der Veranstalterin ableiten können, insoweit von allen wie auch immer gearteten Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei. Der Auftraggeber wird der Veranstalterin diesen hierdurch entstandenen Schaden einschließlich der notwendigen Kosten der Rechtsverfolgung ersetzen.
- 11.2 Widerruf 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 Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die Veranstalterin Daten des Auftraggebers, die dieser zur Durchführung des Sendeauftrags zur Verfügung stellt sowie Daten, die sich aus der Durchführung des Sendeauftrags ergeben, zu internen Zwecken, insbesondere zu Zwecken der Marktforschung, verarbeitet. Die Veranstalterin ist berechtigt, mit der Verarbeitung solcher Daten Dritte zu beauftragen, sofern diese Dritten sich schriftlich zur Einhaltung der anwendbaren datenschutzrechtlichen Vorschriften verpflichten.
- 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.
- 12.3 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.
- 12.4 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.
- 12.5 Änderungen oder Ergänzungen des Sendevertrages sowie dieser AGB einschließlich dieser Schriftformklausel sowie Nebenabreden zu dem Vertrag bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.
- 12.6 Für den Fall, dass eine der Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam ist oder werden sollte, gelten die übrigen Bestimmungen der Vereinbarung unverändert fort. Die Parteien verpflichten sich, 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.
- 12.7 Auf das Vertragsverhältnis ist ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland anwendbar. Sofern der Kunde Kaufmann ist, ist Gerichtsstand der Geschäftssitz der Veranstalterin. Die Veranstalterin ist jedoch auch berechtigt, den Auftraggeber an dessen Sitz zu verklagen.

Stand: Oktober 2020.
Änderungen und Druckfehler vorbehalten

Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG
Sternstraße 5
80538 München
Telefon: 089-20 60 99 – 100
E-Mail: kontakt@discovery.de