

Allgemeine Geschäftsbedingungen der GP-KOM GmbH

20.10.2017

I Geltung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen

I.1

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend: AGB) der GP-KOM GmbH, Gerstau 10, D-42857 Remscheid (nachfolgend: GP-KOM) finden nur gegenüber Unternehmern im Sinne des § 14 BGB Anwendung (nachfolgend: Kunde).

I.2

Der Kunde erklärt sich mit der ausschließlichen Geltung dieser AGB für sämtliche gegenwärtigen und künftigen Verträge mit GP-KOM über die Schaltung und Platzierung von Werbung einverstanden, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden. Soweit nicht ausdrücklich schriftlich vereinbart, werden abweichende, entgegenstehende oder ergänzende AGB des Kunden nicht Vertragsbestandteil. Die AGB von GP-KOM gelten auch dann, wenn GP-KOM die Leistung in Kenntnis abweichender Bedingungen des Kunden vorbehaltlos ausführt.

2 Vertragsabschluss

2.1

Angebote von GP-KOM sind freibleibend, soweit nicht ausdrücklich als verbindlich gekennzeichnet. Der Vertrag zwischen GP-KOM und dem Kunden kommt zustande, wenn der Kunde GP-KOM einen, dem Angebot entsprechenden, Auftrag erteilt (Auftragserteilung) und GP-KOM diesen Auftrag annimmt (Auftragsbetätigung).

2.2

Die dem Vertragsabschluss vorausgehende Übermittlung von Informationen und Unterlagen sowie die diesbezügliche Abstimmung und Korrespondenz zwischen den Parteien dient allein der Klärung von Vorfragen (Vertragsanbahnung) und ist daher nicht rechtsverbindlich.

3 Einsendung / Aufbewahrung / Rücksendung der Werbemittel

3.1

Die Übersendung der für die jeweilige Werbeschaltung erforderlichen Informationen, Unterlagen, Datenträger und sonstigen Materialien des Kunden (nachfolgend: Werbemittel) an die Marketing-

bzw. Presseabteilung von GP-KOM und/oder Dienstleister von GP-KOM erfolgt auf alleinige Verantwortung, Kosten und Gefahr des Kunden.

3.2

GP-KOM ist nicht verpflichtet, die vom Kunden eingesandten Werbemittel auf Dauer aufzubewahren oder zu archivieren. Die Berufung des Kunden auf eine dahingehende ständige Praxis von GP-KOM ist ausgeschlossen.

3.3

Sofern der Kunde Werbemittel, die er bei Vertragsbeginn eingesandt hat, oder Werbeträger, die nach Ablauf der vereinbarten Schaltzeit übrig geblieben sind, zurückerhalten möchte, hat er dies GP-KOM bereits bei Vertragsabschluß in Textform (Brief, Fax, E-Mail) mitzuteilen. Anderenfalls ist GP-KOM berechtigt, die Werbemittel und Werbeträger zu entsorgen bzw. entsorgen zu lassen. Jegliche Rücksendung von Werbemitteln oder Werbeträgern erfolgt auf Gefahr und Kosten des Kunden.

4 Liefertermine für Werbemittel

4.1

Der Kunde ist verpflichtet, GP-KOM die Werbemittel spätestens bis zu dem individualvertraglich vereinbarten Liefertermin kostenfrei zur Verfügung zu stellen (Einsendeschluss). Haben die Parteien insoweit keine individualvertragliche Vereinbarung getroffen, ist der Kunde verpflichtet, die Werbemittel GP-KOM spätestens bis zu demjenigen Datum zur Verfügung zu stellen, das sich aus der Spalte closing date / Druckunterlagenschluss der betreffenden Rubrik der zugehörigen Mediadaten ergibt.

4.2

Wird für den Kunden erkennbar, dass voraussichtlich Verzögerungen bei der Lieferung der Werbemittel eintreten werden, hat er dies GP-KOM unverzüglich, spätestens eine (1) Woche vor dem vereinbarten Liefertermin (Einsendeschluss) in Textform (Brief, Fax, E-Mail) mitzuteilen und sich mit GP-KOM darüber abzustimmen, ob die Lieferung der Werbemittel noch so zeitnah nachgeholt werden kann, dass die Einhaltung des vereinbarten Schalttermins noch möglich erscheint. Das diesbezügliche Letztentscheidungsrecht liegt bei GP-KOM.

5 Technische Anforderungen an Werbemittel

Der Kunde ist verpflichtet, GP-KOM die vereinbarten Werbemittel entsprechend den individualvertraglich vereinbarten technischen Anforderungen und Spezifikationen einwandfrei zur Verfügung zu stellen. Haben die Parteien insoweit keine individualvertragliche Vereinbarung getroffen, ist der Kunde verpflichtet, GP-KOM die Werbemittel gemäß den technischen Anforderungen und Spezifikationen zur Verfügung zu stellen, die in der Spalte Format / Size der zugehörigen Mediadaten angegeben ist. Im übrigen haben die Werbemittel den jeweils aktuellen technischen Standards der Werbeindustrie zu entsprechen.

6 Kenntlichmachung als Werbung

Für den Fall, dass Werbemittel aufgrund ihrer Aufmachung oder Gestaltung nicht ohne weiteres als Werbung erkennbar sind, hat GP-KOM das Recht, aber nicht die Pflicht, diese nach billigem Ermessen mit dem Wort „Anzeige“ oder „Werbung“ deutlich als solche kenntlich zu machen.

7 Keine Prüfungspflicht seitens GP-KOM

GP-KOM trifft bezüglich der vom Kunden zur Verfügung gestellten Werbemittel keinerlei Prüfungspflicht. GP-KOM führt weder eine Untersuchung auf technische Eignung der Werbemittel, noch auf deren rechtliche Zulässigkeit, noch auf sonstige Kriterien durch. Auch bei evidenten Mängeln an Werbemitteln ist GP-KOM nicht verpflichtet, den Kunden darauf hinzuweisen. Für den Fall, dass GP-KOM den Kunden dennoch auf evidente oder sonstige Mängel hinweist, sei es ein- oder mehrmals, erwächst hieraus kein Anspruch des Kunden, von GP-KOM auch in Zukunft auf derartige oder andere Mängel hingewiesen zu werden. Die Lieferung vertragsgemäßer, insbesondere mangelfreier und rechtlich zulässiger Werbemittel liegt vielmehr stets in der alleinigen Verantwortung des Kunden.

8 Verlust / Beschädigung von Werbemitteln

Der Kunde ist verpflichtet, von sämtlichen Werbemitteln Duplikate, Sicherungskopien o.ä. bereit zu halten, um im Fall von Verlust oder Beschädigung des an GP-KOM gesendeten Werbemittels unverzüglich Ersatz liefern zu können. Für den Fall, dass GP-KOM den Verlust oder die Beschädigung des Werbemittels aufgrund einfacher Fahrlässigkeit zu vertreten hat, ist die Haftung von GP-KOM auf den Ersatz der Kosten für die Lieferung des Duplikats beschränkt; i.ü. gilt Ziffer 25 (Haftung).

9 Freigabe / Ansichtsexemplar

Rechtzeitig vor Schaltung / Veröffentlichung der Werbung übermittelt GP-KOM dem Kunden ein Ansichtsexemplar der Werbung zur Prüfung und Freigabe. Die Übermittlung des Ansichtsexemplars erfolgt in der Regel in digitaler Form. In Ausnahmefällen erfolgt auf gesonderte Vereinbarung der Parteien auch die Übermittlung eines kostenpflichtigen physischen Ansichtsexemplars (Andruck). Der Kunde ist verpflichtet, das Ansichtsexemplar unverzüglich nach Erhalt zu prüfen und GP-KOM unverzüglich die Freigabe oder etwa noch erforderliche Korrekturen mitzuteilen. Reagiert der Kunde nicht innerhalb von drei (3) Werktagen nach Zugang des Ansichtsexemplars, gilt die Freigabe als erteilt. Nach Erteilung der Freigabe durch den Kunden ist die Geltendmachung von Korrekturen oder Änderungswünschen des Kunden ausgeschlossen.

10 Verzögerungen / Verhinderungen der Werbeschaltung

10.1

Verzögerungen oder Verhinderungen der vereinbarten Werbeschaltung, die daraus resultieren, dass die Werbemittel des Kunden nicht rechtzeitig geliefert wurden, nicht den technischen Anforderungen entsprachen oder aus sonstigen Gründen geändert werden mussten, die der Kunde ganz oder überwiegend zu vertreten hat, gehen allein zu Lasten des Kunden. GP-KOM ist in diesem Fall berechtigt, aber nicht verpflichtet, dem Kunden nach eigenem freiem Ermessen einen oder mehrere Ersatztermine für die Nachholung der Werbeschaltung zum nächstgeeigneten Zeitpunkt anzubieten. Lehnt der Kunde diese Ersatztermine ab, ist GP-KOM ungeachtet der Gründe für die Ablehnung von jeglicher weiteren Leistungspflicht befreit. Die Vergütungspflicht des Kunden bleibt hiervon unberührt. Für den Fall, dass die Verzögerung oder Verhinderung der vereinbarten Werbeschaltung daraus resultiert, dass der Kunde seinen sonstigen nebenvertraglichen Rücksichtnahme-, Sorgfalts- und Treupflichten nicht ordnungsgemäß nachkommt, gilt vorstehende Regelung entsprechend.

10.2

Kann die vereinbarte Werbeschaltung aufgrund technischer, organisatorischer, betrieblicher oder sonstiger Umstände, die GP-KOM ganz oder überwiegend zu vertreten hat, nicht zum vereinbarten Termin erfolgen, wird sie in Absprache mit dem Kunden vorverlegt oder nachgeholt. GP-KOM ist zu diesem Zweck verpflichtet, dem Kunden mindestens einen (1) und maximal drei (3) Ersatztermine für die Werbeschaltung anzubieten. Der Kunde ist berechtigt, die Ersatztermine aus wichtigen sachlichen Gründen abzulehnen. Liegen nach billigem Ermessen von GP-KOM keine wichtigen sachlichen Gründe für die Ablehnung vor, ist GP-KOM berechtigt, die Vorverlegung bzw. Nachholung abzulehnen und GP-KOM ist von der weiteren Leistungspflicht befreit. Die Vergütungspflicht des Kunden entfällt in diesem Fall. Bereits an GP-KOM gezahlte Vergütungen werden dem Kunden gutgeschrieben oder zurückerstattet. Die Geltendmachung darüber hinausgehender Ansprüche des Kunden, insbesondere Schadenersatzansprüche, ist insoweit ausgeschlossen; i.ü. gilt Ziffer 25 (Haftung).

11 Platzierung / Positionierung der Werbung

11.1

Sofern nicht ausdrücklich vereinbart, hat der Kunde keinen Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder Positionierung der Werbung, Promotion etc., sei es an einem bestimmten Werbeplatz oder Standort, in einem bestimmten Werbeblock, einer bestimmten Werbeinsel oder einer bestimmten Nummer, Ausgabe o.ä.

11.2

Auch im Fall der ausdrücklichen Vereinbarung einer bestimmten Platzierung / Positionierung der Werbung behält sich GP-KOM bei Vorliegen von wichtigen sachlichen Gründen das Recht zur kurzfristigen Umstellung und Verschiebung nach billigem Ermessen vor. GP-KOM wird den Kunden hierüber schnellstmöglich informieren. Die Geltendmachung von Ansprüchen seitens des Kunden ist insoweit ausgeschlossen. Weiterhin behalten sich die Herausgeber bzw. Betreiber vor, die Platzierung bzw. den Standort nach ihrem Ermessen zu ändern.

12 Ablehnungsvorbehalt GP-KOM

12.1

GP-KOM ist in jedem Einzelfall zu jeder Zeit berechtigt, Werbung des Kunden ganz oder teilweise abzulehnen oder abzuschalten, die gegen Gesetze, verwaltungsrechtliche Vorschriften oder Rechte Dritter verstoßen. Hierzu zählt insbesondere jegliche Werbung, die eine oder mehrere Garantien des Kunden gemäß nachfolgender Ziffer 21 verletzt.

12.2

GP-KOM hat in den vorgenannten Fällen das Recht, von dem betreffenden Vertrag zurückzutreten bzw. außerordentlich fristlos zu kündigen. Die Erklärung hat in Textform (Brief, Fax, E-Mail) zu erfolgen. Die Vergütungspflicht des Kunden bleibt davon unberührt. Soweit die Werbung bereits geschaltet ist, ist GP-KOM berechtigt, sie unverzüglich abzuschalten und auf Kosten des Kunden soweit wie möglich und zumutbar wieder aus den Medien von GP-KOM zu entfernen. Soweit physische Werbematerialien im Umlauf sind, ist GP-KOM berechtigt, aber nicht verpflichtet, diese soweit wie möglich und zumutbar auf Kosten des Kunden einzusammeln, zurückzurufen und zu vernichten. Gegenüber dem Kunden ist GP-KOM insoweit von jeglicher weiteren Leistungspflicht befreit. Ins-

besondere hat der Kunde in diesem Fall keinen Anspruch auf ersatzweise Schaltung einer anderen Werbung, sei es zum gleichen oder einem anderen Termin.

12.3

Die vorstehenden Bestimmungen gelten entsprechend für den Fall, dass die Werbung nach eigenem freien Ermessen von GP-KOM nicht mit dem Image der Marke GP-KOM oder der Unternehmensidentität (Corporate Identity) von GP-KOM in Einklang steht, gegen die guten Sitten verstößt oder in sonstiger Weise den guten Ruf von GP-KOM gefährden könnte, jedoch mit der Maßgabe, dass in diesen Fällen die Vergütungs- und Kostentragungspflicht des Kunden entfällt.

13 Verwertungsgesellschaften

Für den Fall, dass die Werbung des Kunden Musik, Bilder, Texte oder andere rechtlich geschützte Elemente enthält, die der Rechtswahrnehmung einer Verwertungsgesellschaft unterfallen, ist der Kunde für sämtliche diesbezüglichen Nutzungsrechteeinholungen, Einwilligungen, Vergütungen, Anmeldungen und Abrechnungen allein verantwortlich. Der Kunde stellt GP-KOM von jeglichen Ansprüchen der betreffenden Verwertungsgesellschaft bzw. der von ihr vertretenen Rechteinhaber auf erstes Anfordern und in voller Höhe einschließlich der Kosten notwendiger Rechtsverteidigung frei.

14 Stornierung von Werbung

Eine Stornierung bereits vereinbarter Mediabuchungen durch den Kunden ist bis zwölf (12) Wochen vor dem vereinbarten Schalttermin kostenfrei möglich. Bei einer späteren Stornierung bis vier (4) Wochen für Print- und zwei (2) Wochen für Online-Medien vor dem vereinbarten Schalttermin fallen fünfzig Prozent (50%) des Bruttoauftragswertes (= Nettoauftragswert + ggf. Umsatzsteuer) an. Bei einer noch späteren Stornierung ist die gesamte vereinbarte Vergütung zu zahlen. In jedem Fall der Stornierung hat der Kunde GP-KOM die bis zum Eingang der Stornierung nachweislich angefallenen Kosten zu erstatten. Bei allen vorgenannten Ansprüchen werden die ersparten Aufwendungen und anderweitigen Verwendungen der gebuchten Leistung berücksichtigt. Ferner bleibt es dem Kunden unbenommen nachzuweisen, dass GP-KOM Ansprüche in geringerer Höhe entstanden sind. Für jegliche Stornierungen gilt die Schriftform.

15 Preise / Vergütung

15.1

Sämtliche Preise richten sich nach dem Angebot von GP-KOM. Haben die Parteien insoweit keine individualvertragliche Vereinbarung getroffen, ist der Kunde verpflichtet, GP-KOM die Vergütung zu zahlen, die sich aus den Preisangaben in der Spalte Price / Preis der betreffenden Rubrik der zugehörigen Mediadaten ergibt.

15.2

Sämtliche Preise verstehen sich, sofern nicht ausdrücklich abweichendes vereinbart ist, zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer.

16 Skonti / Rabatte

Skonto wird nicht gewährt. Die Gewährung von Rabatten erfolgt nur aufgrund gesonderter Vereinbarung der Parteien. In diesem Fall wird der Rabatt bei der Rechnungstellung entsprechend berück-

sichtigt. Für den Fall, dass der Kunde den Auftrag ganz oder teilweise storniert oder der Vertrag aus anderen Gründen ganz oder teilweise nicht durchgeführt wird, die GP-KOM nicht zu vertreten hat, wird die Rabattierung entsprechend herabgesetzt. Die endgültige Rabattermittlung für ein Kalenderjahr erfolgt zu Beginn des darauffolgenden Kalenderjahres in Form einer Gesamtabrechnung gemäß den tatsächlich abgewickelten Verträgen und Auftragswerten. Sich aus der Gesamtabrechnung ergebende Guthaben hat GP-KOM dem Kunden gutzuschreiben. Sich daraus ggf. ergebende Nachzahlungen hat der Kunde an GP-KOM zu überweisen. Nach Abrechnung eines Kalenderjahres sind Einsprüche gegen davorliegende Kalenderjahre nicht mehr möglich.

17 Zahlungsmodalitäten

Die Anzeigenvergütung ist per Vorauszahlung auf das angegebene Konto der GP-KOM zu überweisen. Die Zahlung muss vier (4) Wochen vor Kampagnenstart auf dem Konto der GP-KOM eingegangen sein.

18 Zahlungsverzug

18.1

Ist der Kunde mit der Zahlung in Verzug, ist GP-KOM berechtigt, die weitere Ausführung der betreffenden Werbeschaltung einzustellen und etwa bestehende Nacherfüllungsansprüche des Kunden wegen anderer Werbeschaltungen vorläufig zu verweigern, bis die offene Forderung zzgl. Zinsen und Kosten ausgeglichen sind. Die dagegen gerichtete Geltendmachung von Ersatz- oder anderen Ansprüchen des Kunden ist ausgeschlossen. Für darauffolgende Werbeschaltungen kann GP-KOM nach eigenem freien Ermessen Vorauskasse verlangen.

18.2

In jedem Falle des Zahlungsverzuges ist der Kunde zur Zahlung von Verzugszinsen in Höhe von acht (8) Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank (EZB) verpflichtet. Ferner ist der Kunde im Verzugsfall ab der zweiten (2.) Mahnung zur Zahlung einer Inkassopauschale in Höhe von EUR 10,- verpflichtet. Die Geltendmachung weitergehender Verzugschäden bleibt hiervon unberührt.

18.3

Befindet sich der Kunde länger als einen (1) Monat in Verzug, ist GP-KOM berechtigt, vom betreffenden Vertrag zurückzutreten bzw. außerordentlich fristlos zu kündigen. Die Geltendmachung weitergehender Ansprüche bleibt hiervon unberührt.

19 Preisanpassungen

GP-KOM ist berechtigt, die geltenden Preise innerhalb angemessener Zeitabstände den aktuellen Marktbedingungen anzupassen. GP-KOM wird dem Kunden die Preisanpassung und das Datum ihres Inkrafttretens mindestens einen (1) Monat im Voraus in Textform (Brief, Fax, E-Mail) mitteilen. Widerspricht der Kunde der Geltung der geänderten Preise nicht in Textform (Brief, Fax, E-Mail) innerhalb von zehn (10) Werktagen nach Empfang der Mitteilung von GP-KOM, gelten die geänderten Preise als angenommen. GP-KOM wird den Kunden in der Mitteilung, die die geänderten Preise enthält, gesondert auf die Bedeutung der vorgenannten Frist und des Schweigens als Zustimmung hinweisen. Widerspricht der Kunde fristgemäß, ist GP-KOM berechtigt, den Vertrag zu dem Zeitpunkt zu kündigen, an dem die geänderten Preise in Kraft treten sollen.

20 Besondere Bestimmungen für Werbeagenturen, Mittler, Vermarkter u. ä.

Bei Einschaltung einer Media-Agentur, eines Mittlers, Vermarkters o.ä. (nachfolgend: „Agentur“) zwischen GP-KOM und werbetreibendem Unternehmen kommt der Vertrag ausschließlich zwischen GP-KOM und der Agentur zustande. Der Vertrag steht jedoch unter der Bedingung, dass die Agentur das werbende Unternehmen GP-KOM in Textform benennt. Agenturen erhalten als Kunden von GP-KOM - je nach Vereinbarung - einen Nachlass (Agentur-Rabatt) in Höhe von maximal zehn bis fünfzehn Prozent (10-15 %) des Netto-Auftragswertes (ohne Umsatzsteuer) nach Abzug aller sonstigen Rabatte.

21 Garantien des Kunden

Der Kunde garantiert,

1. dass sämtliche in digitaler Form zur Verfügung gestellten Werbemittel und Datenträger frei von Viren, Würmern, Trojanern, Crawlern, Bots, Spidern, oder ähnlichen schädlichen Daten und Programmen sind;
2. dass er Inhaber sämtlicher für die Durchführung des Vertrages erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungsrechte, Leistungsschutzrechte, Bildrechte ist, sämtliche persönlichkeitsrechtlichen Einwilligungen eingeholt und sämtliche an die betreffenden Rechteinhaber zu zahlenden Vergütungen geleistet hat;
3. dass die Werbung und die hierfür zur Verfügung gestellten Werbemittel frei von Rechten Dritter sind und keine Rechte Dritter verletzen, insbesondere keine Markenrechte, Urheberrechte, Geschmacksmusterrechte, allgemeine Persönlichkeitsrechte oder Bildnisrechte Dritter;
4. dass die Werbung und die hierfür zur Verfügung gestellten Werbemittel nicht gegen geltendes Werbe- und Wettbewerbsrecht verstoßen, insbesondere nicht gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), das Heilmittelwerbegesetz (HWG) und die Preisangabenverordnung (PangVO);
5. dass die Werbung und die hierfür zur Verfügung gestellten Werbemittel keinen anstößigen oder rechtswidrigen Inhalt haben, insbesondere keinen diskriminierenden, rassistischen, gewaltverherrlichenden, volksverhetzenden, sexistischen, pornographischen, verfassungsfeindlichen o.ä. Inhalt;
6. dass die Werbung und die hierfür zur Verfügung gestellten Werbemittel auch nicht in sonstiger Weise gesetzliche oder behördliche Bestimmungen verletzen;
7. dass die Werbung und die hierfür zur Verfügung gestellten Werbemittel nicht gegen Verhaltensregeln des Deutschen Werberats (ZAW – Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft) verstoßen.

22 Haftungsfreistellung

Der Kunde stellt GP-KOM von sämtlichen Forderungen, die Dritte gegen GP-KOM wegen eines Verstoßes des Kunden gegen vorstehende Garantiebestimmungen geltend machen, auf erstes Anfordern in voller Höhe frei, einschließlich Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung (Rechtsanwalts- und ggf. Gerichtskosten in gesetzlicher Höhe).

23 Rechtsverteidigung gegenüber Dritten

23.1

Für den Fall, dass GP-KOM wegen der Werbung des Kunden von Seiten Dritter rechtlich in Anspruch genommen wird (z.B. durch Abmahnung und einstweilige Verfügung), verpflichtet sich der Kunde zur aktiven und kostenfreien Unterstützung von GP-KOM bei der Rechtsverteidigung gegenüber jenen Dritten, insbesondere durch die unverzügliche Gewährung von umfassenden Auskünften und die unaufgeforderte Zurverfügungstellung sämtlicher erforderlicher oder nützlicher Informationen und Unterlagen.

23.2

Wird der Kunde wegen seiner Werbung bei GP-KOM von Seiten Dritter rechtlich in Anspruch genommen - insbesondere abgemahnt -, oder hat er bereits eine Unterlassungs-/Verpflichtungserklärung bezüglich einer Werbung abgegeben, ist er verpflichtet, GP-KOM hierüber unverzüglich und umfassend unter Vorlage aller den Sachverhalt betreffenden Schriftstücke und Unterlagen zu benachrichtigen. Die Benachrichtigung hat in Textform (Brief, Fax, E-Mail) und zusätzlich vorab telefonisch zu erfolgen. Verletzt der Kunde diese Pflicht, haftet er gegenüber GP-KOM für sämtliche weiteren daraus resultierenden Schäden und Kosten.

24 Gewährleistung (Mängelhaftung), Rügepflichten

24.1

Bei Schaltung der Werbung übersendet GP-KOM dem Kunden eine Benachrichtigung über die Schaltung in Textform (Brief, Fax, E-Mail) und/oder ein Belegexemplar der Werbung zu Prüfzwecken. Sofern die Werbung auf physischen Werbeträgern erfolgt (z.B. auf oder in Printprodukten, Verpackungen, Warenproben, Getränkebechern etc.), erhält der Kunde das entsprechende Produkt als Prüf- und Belegexemplar. Bei Werbung in digitalen Medien erhält der Kunde entweder eine E-Mail mit einem Link zur Werbung (bei Online-Werbung) oder einen digitalen Datenträger mit einem Mitschnitt oder Screenshot (z.B. bei Quick Check-in Kiosk, Bord TV).

24.2

Mit Zugang des Belegexemplars treffen den Kunden die Untersuchungs- und Rügepflichten gemäß § 377 HGB. Entspricht das Belegexemplar dem vom Kunden freigegebenen Ansichtsexemplar, ist die Berufung auf Mängel ausgeschlossen. Anderenfalls gilt: Erkennbare Mängel hat der Kunde spätestens drei (3) Arbeitstage nach Zugang des Belegexemplars zu rügen. Zeigt sich der Mangel erst im späteren Verlauf der Werbeschaltung, hat der Kunde den Mangel spätestens drei (3) Arbeitstage nach dessen Entdeckung zu rügen. Nach Ablauf der jeweiligen Rügefrist ist die Geltendmachung von Mängeln ausgeschlossen. Ungeachtet vorstehender Rügefristen ist jegliche Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen spätestens drei (3) Monate nach Ablauf der Schaltzeit ausgeschlossen. Jede Rüge des Kunden hat in Textform (Brief, Fax, E-Mail) zu erfolgen, muss den jeweiligen Mangel genau bezeichnen und so detailliert beschreiben, dass eine ordnungsgemäße Überprüfung durch GP-KOM möglich ist.

24.3

GP-KOM übernimmt keine Gewähr für die originalgetreue Reproduktion von Vorlagen und Mustern des Kunden. Zumutbare Abweichungen im Material- und/oder Farbbereich sind vom Kunden hinzunehmen. Bei sämtlichen Angaben zur Höhe von Auflagen oder Stückzahlen an Werbeträgern handelt es sich lediglich um Richtwerte. Abweichungen der tatsächlich produzierten von der geplanten oder

vereinbarten Auflage bzw. Stückzahl hat der Kunde im Rahmen des Zumutbaren hinzunehmen. Als zumutbar gelten einvernehmlich Abweichungen bis zu zehn Prozent (10%). Das Recht des Kunden auf Minderung ist insoweit ausgeschlossen. Abweichungen über zehn Prozent (>10%) berechtigen den Kunden zur Minderung entsprechend der tatsächlichen prozentualen Abweichung.

25 Haftung

GP-KOM haftet für Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit nach den gesetzlichen Vorschriften. Dasselbe gilt für durch Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit verursachte Schäden. Bei einfach fahrlässiger Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (Kardinalpflicht) ist die Haftung von GP-KOM auf den Ersatz des vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schadens begrenzt. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt von den vorstehenden Regelungen unberührt. Im übrigen ist jede weitere Haftung von GP-KOM, insbesondere die Haftung für entgangenen Gewinn, ausgeschlossen. Soweit die Haftung von GP-KOM ausgeschlossen oder eingeschränkt ist, gilt dies auch für Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen von GP-KOM.

26 Höhere Gewalt

26.1

In Fällen höherer Gewalt (z.B. Naturkatastrophen, Streichung von Flügen wegen Schnee/Eis/Unwetter, Terroranschläge, -drohungen oder -warnungen, Streik und/oder Aussperrung, behördliche Anordnungen, Schließung von Flughäfen, Strom- oder andere Netzausfälle, nicht ganz unerhebliche technische Störungen, Störungen des Flugverkehrs) ist jegliche Haftung von GP-KOM ausgeschlossen. GP-KOM ist in diesem Fall nach eigenem freiem Ermessen berechtigt, die Erbringung der hier von betroffenen Leistungen ganz oder teilweise auszusetzen, zu verschieben und nach Wegfall des Leistungshindernisses zu einem Ersatztermin nachzuholen. GP-KOM wird dem Kunden über das jeweilige Ereignis und die dadurch bedingte Aussetzung oder Verschiebung der Leistung sowie deren Wiedereinsetzung bzw. Nachholung jeweils in Textform (Brief, Fax, E-Mail) benachrichtigen. Im Fall von Teilleistungen ist GP-KOM zur Abrechnung derselben per Teilrechnung bzw. Zwischenrechnung berechtigt.

26.2

Besteht das Leistungshindernis mehr als drei (3) Monate über die vereinbarten Leistungstermine hinaus, ist jede Partei insoweit zum Rücktritt bzw. zur außerordentlichen fristlosen Kündigung des betreffenden Vertragsteils berechtigt. Der Kunde ist verpflichtet, die von GP-KOM bis zum Beendigungszeitpunkt erbrachten Leistungen zu vergüten.

27 Vertraulichkeit / Verschwiegenheit

Die Parteien verpflichten sich, die ihnen im Rahmen ihrer Zusammenarbeit bekannt werdenden internen betrieblichen Vorgänge der jeweils anderen Partei, einschließlich ihrer jeweiligen Kunden und verbundenen Unternehmen, insbesondere sämtliche diesbezüglichen Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse sowie die wechselseitig zur Verfügung gestellten internen Informationen und Unterlagen streng vertraulich zu behandeln und strikte Verschwiegenheit hierüber zu bewahren. Diese Vertraulichkeits- und Verschwiegenheitsverpflichtung gilt auch nach Beendigung des Vertrages fort.

28 Übertragung von Rechten und Pflichten auf Dritte

Der Kunde ist nicht berechtigt, Rechte und Pflichten auf Dritte zu übertragen. Dem Kunden ist es insbesondere nicht gestattet, die bei GP-KOM gebuchten Werbeschaltungen an Dritte weiterzugeben.

29 Zurückbehaltungsrecht / Aufrechnung

Ein Zurückbehaltungsrecht kann der Kunde nur wegen Ansprüchen aus dem jeweils betroffenen Vertragsverhältnis geltend machen. Der Kunde kann gegen Forderungen von GP-KOM nur mit rechtskräftig festgestellten oder von GP-KOM schriftlich anerkannten Forderungen aufrechnen.

30 Ergänzende Bestimmungen für Promotions und Samplings

Für die Buchung und Durchführung von Samplings und/oder Promotions gelten zusätzlich zu den vorhergehenden Abschnitten auch die Abschnitte 31 bis 33.

31 Verantwortlichkeit bei Promotions und Samplings

Die GP-KOM tritt für Promotions und Samplings als Vermittler auf; die Durchführung liegt in der Verantwortung des von uns vermittelten Promoters oder Verteilers. Bucht der Kunde für eine Promotion lediglich die Nutzungsgenehmigung für einen Standort (z.B. ein Flughafen), so ist der Kunde für die Durchführung sowie für die Einhaltung der AGB des Standortbetreibers verantwortlich.

32 Produkteigenschaften bei Promotions und Samplings

Bei Samplings und Verteilungen im Rahmen von Promotions müssen die verteilten Warenproben eine Mindesthaltbarkeit von 12 Monaten ab Verteilungsstart vorweisen.

33 Änderungen durch den Standortbetreiber

Änderungen an Standort und/oder Durchführungsbestimmungen für Promotionen seitens des jeweiligen Standortbetreibers sind für den Kunden verbindlich. Dies gilt insbesondere auch dann, wenn diese Änderungen kurzfristig erfolgen und/oder entgegen vormals durch den Standortbetreiber mitgeteilten Bestimmungen lauten.

34 Änderungen der AGB

GP-KOM ist berechtigt, diese AGB jederzeit zu ändern. Ausgenommen hiervon sind solche Änderungen, die vertragswesentliche Pflichten der Parteien oder das Verhältnis von Leistung und Gegenleistung erheblich modifizieren. Die geänderten Bedingungen werden dem Kunden zwei (2) Wochen vor ihrem Inkrafttreten in Textform (Brief, Fax, E-Mail) zugesandt. Widerspricht der Kunde der Geltung der geänderten AGB nicht in Textform (Brief, Fax, E-Mail) innerhalb von zwei (2) Wochen nach Empfang, gelten die geänderten Bedingungen als angenommen. GP-KOM wird den Kunden in der Benachrichtigung, die die geänderten Bedingungen enthält, gesondert auf die Bedeutung der Zweiwochenfrist und des Schweigens als Zustimmung hinweisen. Widerspricht der Kunde fristgemäß, ist GP-KOM berechtigt, den Vertrag zu dem Zeitpunkt zu kündigen, an dem die geänderten Geschäftsbedingungen in Kraft treten sollen.

35 Schlussbestimmungen

35.1

Sind oder werden eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam, bleibt die Gültigkeit der AGB im übrigen unberührt.

35.2

Nebenabreden wurden keine getroffen. Änderungen und Ergänzungen des Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Textform (Brief, Fax, E-Mail). Das gleiche gilt für eine Abbedingung dieser Textformklausel.

35.3

Der Vertrag unterliegt dem Recht der Bundesrepublik Deutschland mit Ausnahme der Regelungen des internationalen Privatrechts (IPR) und des UN-Kaufrechts (CISG).

35.4

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Remscheid.