

# Allgemeine Geschäftsbedingungen der mpv Mitteldeutsche Promotion- und Veranstaltungs GmbH für die Werbervermarktung ab 1. August 2024

## I Allgemeines

### 1. Vertragsgegenstand

- 1.1 Die Mitteldeutsche Promotion- und Veranstaltungs GmbH (nachfolgend „mpv“) vermarktet Werbefunksendungen (z. B. im klassischen Werblock, als Sonderplatzierung oder Patronat) oder als Online-Audio-Inhalt innerhalb von Online-Streams und Online-Webauftrügen (z. B. Bilder, Grafiken, Tonfolgen, Bewegtbilder in unterschiedlichen Formaten) von privaten Rundfunkveranstaltern. Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten zwischen der mpv und ihren Auftraggebern für sämtliche – auch künftige – Werbefunkaufträge (darunter II) und Online-Webaufträge (darunter III).
- 1.2 Werbefunkaufträge sind Verträge über die Ausstrahlung akustischer Werbung im Hörfunk und können je nach Vereinbarung einen oder mehrere Verbreitungswege der jeweils beauftragten Programme bzw. (bei Online-Audio-Buchungen) Online-Streams (z. B. Terrestrik, Kabel, Satellit, Internet) erfassen. Die mpv übernimmt Werbefunkaufträge im eigenen Namen für Rechnung des jeweiligen Rundfunkveranstalters. Die mpv darf sich zur Abwicklung der Aufträge als Dritter, insbesondere als Subunternehmer, der Radio Marketing Service GmbH & Co. KG, bedienen und für die Leistungserbringung aller Stufen selbst verantwortlich.
- 1.3 Online-Webaufträge sind Verträge über die Einbindung von unterschiedlichen Werbemitteln auf Webseiten eines von der mpv vermarktetem Rundfunkveranstalter. Die mpv übernimmt Online-Webaufträge im eigenen Namen für Rechnung des jeweiligen Rundfunkveranstalters.
- 1.4 Soweit Werbefunkaufträge unter Einschaltung einer Agentur erteilt werden, tritt die Agentur grundsätzlich als Vertreter des auftraggebenden Werbekunden auf. Ein Vertragsschluss erfolgt ausschließlich unmittelbar zwischen der mpv und dem Auftraggeber. Soweit die Agentur in Ausnahmefällen im eigenen Namen und auf eigene Rechnung als Vertretung des Auftraggebers ein Angebot oder eine angebotene Dienstleistung anbietet, ist die Abtretung an die Sicherungsabtretung steht unter der auflösenden Bedingung der vollständigen Zahlung der mpv gegen die Agentur nach Maßgabe der Beauftragung zustehenden Vergütungsansprüche. Die mpv ist berechtigt, die Abtretung gegenüber dem Werbekunden der Agentur offenzulegen und entsprechend eine Zahlung zu fordern, sobald die Agentur mit Zahlung der Vergütung an die mpv in Verzug gerät. Soweit sich der Auftraggeber die Abtretung der Ansprüche der Agentur für die Forderung von der mpv gegen die Agentur um mehr als 10 % übersteigen, ist die Agentur berechtigt, jederzeit die Rückforderung der sicherungshalber abgetretenen Ansprüche zu verlangen, die 110 % der Zahlungsforderungen von der mpv gegen die Agentur übersteigen.

### 2. Abweichende oder ergänzende Regelungen

- 2.1 Von diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Auftraggebers werden nur anerkannt, wenn sie dem Auftraggeber in Textform zugestellt sind. Dies gilt auch, falls die mpv den Auftrag in Kenntnis entgegenstehender oder abweichender Bedingungen des Auftraggebers vorbehaltlos ausführt.
- 2.2 Von diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende oder ergänzende Abreden bedürfen der Textform.
- 3.1 Zahlungsbedingungen
- 3.2 Die Rechnungssumme ist zur Zahlung am mpv fällig 14 Tage nach Rechnungsdatum und Ausstrahlung der Werbefunksendung bzw. Platzierung des Werbemittels. Bei Platzierung von Werbemitteln ist die mpv auch berechtigt, Sammelrechnungen zum Monatsende für die bis dahin erbrachten Leistungen zu stellen. Die mpv ist ferner berechtigt, sich im Einzelfall mit dem Auftraggeber die Zahlung per Vorauskasse gesondert zu vereinbaren. Darüber hinaus ist die mpv auch berechtigt, Zahlung per Vorauskasse zu verlangen, wenn die Voraussetzungen einer außerordentlichen fristlosen Kündigung des Vertragsverhältnisses aus wichtigem Grund oder eines Rücktritts für die mpv vorliegen. Das Vorauskasserverlangen schließt in diesem Fall die Erklärung der fristlosen Kündigung bzw. des Rücktritts aus.
- 3.3 Rechnungen gelten als anerkannt, wenn der Auftraggeber ihnen nicht innerhalb von 3 Wochen nach Zugang schriftlich widerspricht. Die mpv ist verpflichtet, den Auftraggeber hierauf spätestens bei Rechnungsstellung besonders hinzuweisen.
- 3.4 Der Auftraggeber kann nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Gegenforderungen aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht begründen. Ein Zurückbehaltungsrecht bezüglich Forderungen, die nicht aus demselben Vertragsverhältnis stammen, steht dem Auftraggeber nicht zu.

### 4. Haftung

- 4.1 Die mpv, ihre gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen haften auf Schadensersatz, gleich aus welchem Rechtsgrund, nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Die Haftungsbeschränkung gilt nicht bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. Die Haftung hinsichtlich der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist der Höhe nach jedoch schränkt auf typische vorhersehbarer Schäden. Wesentliche Vertragspflichten sind solche, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht oder auf deren Einhaltung ein Vertragspartner grundsätzlich vertrauen darf. Die Haftung für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie nach dem Produkthaftungsgesetz oder bei Fehlen einer Beschaffenheit, für die die mpv eine Garantie übernommen hat, bleibt von den vorstehenden Bestimmungen unberührt.
- 4.2 Schadensersatzansprüche aus vertraglicher Haftung verjähren in einem Jahr ab Ausstrahlungsdatum bzw. Platzierung des Werbemittels, bei unterliegender Ausstrahlung bzw. Platzierung des Werbemittels ab vereinbartem Werbebeginn. Dies gilt auch für konkurrierende deckungsgleiche Ansprüche aus außervertraglicher Haftung, nicht jedoch für Ansprüche auf Schadensersatz wegen der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit oder für Ansprüche gemäß Produkthaftungsgesetz oder wegen einer Garantie i.S.v. Ziff. 4.1 letzter Satz.
5. Erfüllungsort, Gerichtsstand, anwendbares Recht
- 5.1 Erfüllungsort für alle Verpflichtungen aus dem Vertragsverhältnis und ausschließliche Gerichtsstand für alle aus dem Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis entstehenden Rechtsstreitigkeiten ist, falls der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, Magdeburg. Diese Gerichtsstandsvereinbarung gilt auch, wenn der Auftraggeber keinen allgemeinen Gerichtsstand in Inland hat.
- 5.2 Für das Vertragsverhältnis gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss der international-privatrechtlichen Kollisionsnormen. Das einheitliche UN-Kaufrecht (CISG) findet keine Anwendung.

## II Regelungen für Werbefunkaufträge

### 1. Werbefunkaufträge

- 1.1 Werbefunkaufträge werden – vorbehaltlich Ziff. 1.2 – als Festaufträge angenommen und erst nach Bestätigung in Textform (§ 126b BGB) durch die mpv verbindlich. Die Bestätigung hat in angemessener Frist, spätestens jedoch 10 Tage nach Auftragsbeginn, zu erfolgen und Angaben über Auftraggeber, Auftragnehmer (Rundfunkveranstalter bzw. beauftragte Programme/Online-Streams), den Werbungtreibenden, Buchungswolumen, Spottplänen und Werblock zu enthalten. Soweit ein Schiebepflicht für die Ausstrahlung besteht, ist der Auftraggeber verpflichtet, den Werbefunkauftrag in andere Werbefunkaufträge zu verschieben. Aufträge, die aus zeitlichen Gründen vor der Ausstrahlung nicht mehr bestätigt werden können, werden durch Ausstrahlung angenommen; ihre Bestätigung erfolgt unverzüglich nach der Ausstrahlung.
- 1.2 Die mpv behält sich, die Sendeunterlagen (Einschaltpläne, Motivpläne, Tonträger) wegen ihrer Herkunft oder ihres Inhalts oder wegen technischer Unzureichendheit Qualität zurückzuziehen und die Ausstrahlung einer Werbefunksendung zu verweigern, insbesondere dann, wenn der Inhalt gegen gesetzliche Bestimmungen oder gegen berechnete Interessen des Rundfunkveranstalters verstößt oder wenn die Sendeunterlagen technisch unzureichend sind. Unzulässig und für die Ausstrahlung ungeeignet sind in jedem Falle Werbebotschaften, die eine Stelle von zwei Sekunden oder länger beinhalten. Entsprechende Sendeunterlagen sind nicht sendefähig. Die Gründe der Ablehnung sind dem Auftraggeber unverzüglich mitzuteilen. Es gilt Ziff. 4.1.
2. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers, rechtliche Verantwortung
- 2.1 Der Auftraggeber hat die Sendeunterlagen spätestens eine Woche vor Ausstrahlung der Werbefunksendung in technisch und rechtlich einwandfreier Form bei dem Rundfunkveranstalter abzuliefern. Der Rundfunkveranstalter prüft die Sendeunterlagen auf ihre Verwendbarkeit. Dies entbindet den Auftraggeber nicht von einer eigenverantwortlichen umfänglichen Prüfung der Sendeunterlagen gemäß Ziff. 7.2. Er darf die Sendeunterlagen nach Ablieferung nur in Abstimmung mit der mpv und dem Rundfunkveranstalter abändern, es sei denn, die Änderung ist ausschließlich zur Anpassung an technische Sendemethoden erforderlich.
- 2.2 Der Auftraggeber hat die Werbesendung vor der ersten Ausstrahlung auf ihre Vertragsmäßigkeit zu überprüfen und der mpv alle erkennbaren Mängel unverzüglich schriftlich oder in Textform unter genauer Bezeichnung des jeweiligen Mangels anzuzeigen. Kommt der Auftraggeber dieser Prüf- und Anzeigepflicht nicht nach, kann er im Falle der Zurückweisung der Sendefunterlage, weil die Rundfunkveranstalter nicht mehr geltend machen.
- 2.3 Der Auftraggeber steht dafür ein, dass die Inhalte der Werbefunksendung nicht gegen geltendes Recht, gesetzliche und behördliche Verbote verstoßen und keine Rechte Dritter verletzen. Der Auftraggeber stellt die mpv und den oder die betreffenden Rundfunkveranstalter insoweit von sämtlichen auf einem Verschulden des Auftraggebers beruhenden Ansprüchen Dritter frei, die diese gegen die mpv geltend machen.
- 2.4 Weist die mpv die Sendeunterlagen aus Gründen, die der Auftraggeber zu vertreten hat – insbesondere wegen technischer oder rechtlicher Mängel (siehe Ziff. 1.2) –, zurück, hat der Auftraggeber das Recht, die beanstandeten Sendeunterlagen unverzüglich nachzubessern. Geschieht dies nicht oder nicht rechtzeitig, kann der Rundfunkveranstalter den frei gewordenen Sendeplatz anderweitig vergeben. Der Auftraggeber bleibt jedoch zur Zahlung der vereinbarten Vergütung verpflichtet; auf seine Zahlungspflicht ist dasjenige anzurechnen, was die mpv bzw. der Rundfunkveranstalter durch die anderweitige Belegung des frei gewordenen Sendeplatzes erspart hat. Erfolgt die Zurückweisung der Sendeunterlagen, weil die Ausstrahlung berechtigten Interessen des Rundfunkveranstalters widerspricht, entfällt der Anspruch gegen den Auftraggeber auf Zahlung. Ein Anspruch des Auftraggebers auf Schadens- oder Aufwendungsersatz ist insoweit ausgeschlossen.

### 3. Preise

- 3.1 Werbefunkaufträge werden auf Basis der jeweils gültigen Preisliste von der mpv zur Zeit des Vertragsschlusses über die Ausstrahlung der Sendung bzw. im Zeitraum der Buchung der entsprechenden Online-Streams für die Online-Audio-Spots abgerechnet. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer. Die Mindestberechnungslänge für die Buchung von Werbefunksendungen beträgt 10 Sekunden.
- 3.2 Die mpv gewährt, sofern nichts anderes vereinbart ist, einen Nachlass auf die jeweils gültigen Preise nur nach Maßgabe der Rabattstafel laut der bei Abrechnung geltenden Preisliste. Soweit Rabatte auf Basis eines angenommenen Jahresvolumens der Werbung gewährt werden, erfolgt ggf. am Kalenderjahresende eine dem tatsächlichen Volumen entsprechende Rückvergütung oder Nachberechnung. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne von § 18 AktG werden Konzernrabatte gewährt, sofern der Konzernstatus vom Auftraggeber nachgewiesen und von der mpv schriftlich anerkannt ist. Verbundwerbung wird nach besonderer Vereinbarung mit der mpv durchgeführt.
- 3.3 Von der mpv anerkannte Werbeagenturen oder Werbevermittler erhalten, sofern sie den Auftraggeber im Zusammenhang mit dem Werbefunkauftrag werblich beraten haben und dies nachweisen, eine Agenturvergütung in Höhe von 8 % der Nettoauftragssumme.
4. Leistung, Mängelgewährleistung
- 4.1 Die mpv hat die Werbefunksendung von dem jeweils beauftragten Rundfunkveranstalter ausstrahlen zu lassen. Soweit der Werbefunkauftrag nur für bestimmte UKW-Frequenzen (Belegungsarten) des Rundfunkveranstalters oder nur für bestimmte Online-Streams erteilt wurde, erfolgt die Ausstrahlung nur in den gebuchten Belegungsarten bzw. Online-Streams. Dem jeweils beauftragten Rundfunkveranstalter

steht es frei, die Werbefunksendung ergänzend auch im Simulcast-Stream des Rundfunkprogramms im Internet auszustrahlen. Sofern nicht ausdrücklich gesondert vereinbart, besteht jedoch keine entsprechende Verpflichtung.

- 4.2 Vereinbarte Sendezeiten werden unter nachfolgenden Einschränkungen eingehalten: Eine Gewähr für die Ausstrahlung der Werbefunksendung in bestimmten Einblendungen oder in einer bestimmten Sendestunde oder in einem bestimmten Belegungsarten wird nicht gegeben. Besondere Ausstrahlungsmodalitäten, etwa Konkurrenzabschluss, Behaltene Rechte oder gesonderte schriftlichen Vereinbarung.
- 4.3 Unberühlich sind Minderleistungen bei vermindertem technischer Reichweite der Ausstrahlung von weniger als 10 % und eine Verschiebung der Sendezeit von bis zu zwei Stunden. Hieraus können keine Rechte hergeleitet werden.
- 4.4 Bei einer nicht unberühlichen Minderleistung des Rundfunkveranstalters kann der Auftraggeber nach seiner Wahl Ersatzausstrahlung an einem vergleichbaren Sendeplatz oder Minderung des Sendepreises entsprechend dem Umfang der Minderleistung verlangen. Bei teilweise Sendeausfall erfolgt die Ersatzausstrahlung nur für die ausgelassenen Belegungsarten oder Online-Streams. Sind mehrere Online-Streams gebucht, kann eine Kompensation auch durch Mehrausstrahlung der gebuchten Online-Audio-Inhalte in den anderen vereinbarten Online-Streams innerhalb des vereinbarten Zeitraums erfolgen. Bei landesweiten Werbefunkaufträgen genügt für die vertragsgemäße Erfüllung die Ausstrahlung in mindestens drei Belegungsarten. Schlägt die Ersatzausstrahlung fehl oder ist sie dem Auftraggeber unzumutbar oder er verweigert die mpv sie aus sonstigen Gründen, kann der Auftraggeber nach den gesetzlichen Bestimmungen vom Vertrag zurücktreten.
- 4.5 Die Haftung von der mpv ist ausgeschlossen, soweit die Gründe für eine mangelhafte Ausstrahlung oder eine eingeschränkte Reichweite der Ausstrahlung der Werbefunksendung auf Umstände zurückzuführen sind, die weder der mpv noch der Rundfunkveranstalter zu vertreten hat, wie z. B. Störungen aus dem Bereich des Netzbetreibers.
- 4.6 Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers wegen Mängeln verjähren nach einem Jahr ab Ausstrahlung bzw. dem unterliegenden Ausstrahlung ab vereinbarten Ausstrahlungsdatum. Dies gilt nicht für Ansprüche aus vorsätzlicher Pflichtverletzung oder Verletzung einer Garantie.
5. Gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte, Aufbewahrung von Unterlagen
- 5.1 Der Auftraggeber garantiert, dass er über sämtliche gewerbliche Schutzrechte, Urheber-, Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige Rechte verfügt, die zur vertragsgemäßen Verwertung der Sendeunterlagen in Rundfunk oder Internet bei der Abwicklung des Werbefunkauftrags erforderlich sind. Er stellt die mpv und den Rundfunkveranstalter von allen von ihm zu vertretenden Ansprüchen Dritter wegen der Verletzung solcher Rechte freier. Dies umfasst auch die Kosten erforderlicher Rechtsverfolgung. Der Auftraggeber ist verpflichtet, der mpv die für die Abrechnung mit der GEMA und anderen Verwertungsgesellschaften notwendigen Angaben (z. B. über Komponisten, Titel und Länge der verwendeten Musik) unangefordert mit Auftragserteilung mitzuteilen.
- 5.2 Die Pflicht zur Aufbewahrung von angelegerten Sendeunterlagen endet für die mpv und den Rundfunkveranstalter mit der Umspielung. Tonträger werden nach der Umspielung nur dann an den Auftraggeber zurückgegeben, wenn dies ausdrücklich vereinbart ist.
6. Nutzungsrechte
- 6.1 Der Auftraggeber räumt mit Übergabe der Sendeunterlagen der mpv und dem Rundfunkveranstalter das Sende- und Ausstrahlungsrecht an den Werbefunksendungen ein, und zwar ertlich unbegrenzt sowie zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Werbefunkauftrags erforderlichen Umfang. Hierzu gehört auch das Recht, das Hörfunknutzungsrecht an die Sendeabwicklung beauftragte Dritte zu übertragen oder insoweit entsprechende einfache Nutzungsrechte einzuräumen. Es berechtigt zur Ausstrahlung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen des Hörfunks, insbesondere analog, digital, terrestrisch, kabelgebunden, per Satellit und per Internetradio sowie on demand und near demand.

## III Regelungen für Online-Webaufträge

1. Online-Webauftrag
- 1.1 Online-Webaufträge werden erst nach Bestätigung in Textform (§ 126b BGB) durch die mpv verbindlich. Die Bestätigung kann bei Kombinationsaufträgen für Werbefunksendungen und Online-Werbung auch in einem gemeinsamen Bestätigungsschreiben erfolgen. Sie hat in angemessener Frist, spätestens jedoch 10 Tage nach Auftragsbeginn, zu erfolgen und Angaben über Auftraggeber, Auftragnehmer (Rundfunkveranstalter bzw. beauftragte Programme/Online-Streams), den Werbungtreibenden und Buchungswolumen zu enthalten. Online-Webaufträge, die aus zeitlichen Gründen vor Beginn einer Online-Werbekampagne nicht mehr bestätigt werden können, werden durch Ausführung des Auftrags (erste Einbindung der Werbekampagne auf der gebuchten Webseite) angenommen; ihre Bestätigung erfolgt unverzüglich nach Beginn der jeweiligen Werbekampagne.
2. Werbemittel
- 2.1 Online-Werbemittel (nachfolgend „Werbemittel“) im Sinne dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen können aus einem oder mehreren voneinander getrennten Elementen bestehen: Bilder, Bewegtbilder, Texte und Tonfolgen, jeweils einschließlich etwaiger Verlinkungen auf dritte Webseiten.
3. Leistung, Mängelgewährleistung
- 3.1 Die mpv kann Aufträge zur Schaltung von Werbemitteln als Fest- oder Abrufauftrag vereinbaren. Bei Festaufträgen bucht die mpv nach Eingang eines jeden Auftrags feste Zeiträume für die Platzierung der Werbemittel. Bei Abrufaufträgen ist der Auftraggeber – soweit nicht abweichend vereinbart – verpflichtet, die gebuchten Platzierungen so rechtzeitig abzurufen, dass sie bis zum Ende des Kalenderjahres der Buchung abgewickelt werden können. Bis dahin nicht genutzte Werbemittel verfallen, soweit nicht abweichend vereinbart.
- 3.2 Wenn dem Auftrag keine verbindliche Festlegung über Zeit, Art und Umfang der Platzierung der Werbemittel zugrunde liegt, platziert die mpv die Werbemittel im Einvernehmen mit dem Auftraggeber. Ist ein Einvernehmen nicht herstellbar, entscheidet die mpv nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers über die Platzierung. Die Platzierung von Werbemitteln erfolgt ausschließlich in Formaten, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind, sofern nicht abweichend vereinbart.
- 3.3 Die mpv ist berechtigt, einzelne Werbemittel auch bei bestellten Aufträgen aus sachlich gerechtfertigten Gründen abzulehnen, wenn der Inhalt der Werbemittel gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder ihre Platzierung für die mpv oder einen von der mpv vermarktetem Rundfunkveranstalter unzumutbar ist, z. B. wegen mangelhafter technischer Qualität. Die mpv teilt dem Auftraggeber die Gründe für die Ablehnung der Platzierung eines Werbemittels unverzüglich mit. Weist die mpv Werbemittel aus Gründen, die der Auftraggeber zu vertreten hat – insbesondere wegen technischer oder rechtlicher Mängel –, zurück, hat der Auftraggeber das Recht, die beanstandeten Werbemittel unverzüglich nachzubessern. Geschieht dies nicht oder nicht rechtzeitig, kann die mpv die frei gewordene Werbemittel anderweitig vergeben. Der Auftraggeber bleibt jedoch zur Zahlung der vereinbarten Vergütung verpflichtet; auf seine Zahlungspflicht ist dasjenige anzurechnen, was die mpv bzw. der Rundfunkveranstalter durch die anderweitige Belegung der frei gewordenen Werbekapazitäten erhält. Erfolgt die Zurückweisung der Platzierung, weil die Platzierung berechtigten Interessen des Rundfunkveranstalters widerspricht, entfällt der Anspruch gegen den Auftraggeber auf Zahlung. Ein Anspruch des Auftraggebers auf Schadens- oder Aufwendungsersatz ist insoweit ausgeschlossen.
- 3.4 Der Auftraggeber hat die Werbemittel mit Beginn der Platzierung auf ihre Vertragsmäßigkeit zu überprüfen und der mpv alle abweichenden Mängel unverzüglich unter genauer Bezeichnung der Beanstandungen schriftlich oder in Textform anzuzeigen. Unterlässt der Auftraggeber die rechtzeitige und formgerechte Anzeige eines Mangels, so gilt die Platzierung des Werbemittels als genehmigt.
- 3.5 Wenn Werbemittel neben oder gemeinsam mit Werbefunkaufträgen beauftragt, wirken sich etwaige Mängel bei Durchführung des Auftrags in einem Medium – sofern nicht abweichend vereinbart oder für den Auftraggeber unzumutbar – nicht auf den Auftrag für das jeweilige andere Medium aus.
- 3.6 Ein Mangel in der Darstellung bzw. Platzierung des Werbemittels liegt insbesondere nicht vor bei nicht von der mpv oder dem jeweiligen Rundfunkveranstalter zu vertretenden Störungen der Kommunikationsnetze. Rechtserweitert bei Internetvideostreaming nicht mpv oder dem jeweiligen Rundfunkveranstalter zuzurechnenden Online-Diensten, bei unvollständigen oder nicht aktualisierten Angeboten auf Proxyservern, soweit diese nicht im Verantwortungsbereich von der mpv oder des jeweiligen Veranalters liegen, sowie bei Darstellungsfehlern, die aufgrund einer Verwendung nicht geeigneter Darstellungssoftware oder -hardware des Users erzeugt werden. Der vorübergehende Ausfall eines Ad-Servers stellt keinen Mangel dar, soweit die Ausfallzeit im Verhältnis zur vereinbarten Platzierungszeit des Werbemittels für den Auftraggeber noch zumutbar ist.
- 3.7 Kann ein Werbemittel wegen höherer Gewalt oder aus sonstigen von der mpv oder dem Rundfunkveranstalter nicht zu vertretenden Umständen nicht zum vereinbarten Zeitpunkt platziert werden, so ist die mpv berechtigt, die Platzierung des Werbemittels nachzuholen, soweit dies nicht für den Auftraggeber unzumutbar ist. Die mpv ist verpflichtet, den Auftraggeber hiervon unverzüglich in Kenntnis zu setzen.
4. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers, rechtliche Verantwortung
- 4.1 Der Auftraggeber ist für die vollständige Anlieferung einwandfreier Werbemittel verantwortlich, die den nachfolgenden und ggf. zusätzlich vereinbarten Vorgaben entsprechen. Die Werbemittel sind – ggf. unter Nennung etwaiger Linkziele – spätestens sieben Werktage vor Beginn der Platzierung zu übermitteln. Bei verspäteter ordnungsgemäßer Übermittlung ist die mpv berechtigt, die Platzierung des Werbemittels zu verweigern, wenn die Platzierung aufgrund der Kurzfristigkeit für die mpv technisch und/oder organisatorisch nicht mehr zumutbar ist. Der Auftraggeber bleibt zur Zahlung des vereinbarten Entgelts verpflichtet, die mpv muss sich jedoch ersparte Aufwendungen anrechnen lassen. Die für die jeweils gebuchten Werbemittel geltenden technischen Spezifikationen legen die Vertragspartner im Rahmen der Auftragserteilung verbindlich fest.
- 4.2 Der Auftraggeber steht dafür ein, dass die Inhalte des Werbemittels nicht gegen geltendes Recht, gesetzliche und behördliche Verbote oder die guten Sitten verstoßen und keine Rechte Dritter verletzen. Der Auftraggeber stellt den betreffenden Rundfunkveranstalter insoweit von sämtlichen auf einem Verschulden des Auftraggebers beruhenden Ansprüchen Dritter frei, die diese gegen die mpv oder die Rundfunkveranstalter geltend machen.
5. Online-Preise
- 5.1 Online-Werbefunkaufträge werden auf Basis der jeweils gültigen Preisliste von der mpv zur Zeit des Vertragsschlusses über die Platzierung der Werbemittel abgerechnet. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die Preisberechnung erfolgt auf Basis der in der jeweiligen Beauftragung vereinbarten Abrechnungsmodalitäten.
- 5.2 Soweit die mpv auf Grundlage einer ggf. aus der Preisliste ersichtlichen Rabattstafel bei Rechnungslegung einen Nachlass gewährt und dies nicht anders vereinbart – auf Basis eines zwischen den Parteien vereinbarten unverbindlichen Werbevolumens/Kalenderjahres kalkuliert, zum Ende eines jeden Kalenderjahres werden die im jeweiligen Jahr tatsächlich in Anspruch genommenen Platzierungen von Werbemitteln mit der kalkulierten Inanspruchnahme abgeglichen. Soweit sich danach die Gewährung einer Rabattierung rückwirkend als zu hoch erwiesene sollte, ist die mpv zur Rückforderung zu viel gewährter Rabatte berechtigt. Kommt der Auftraggeber wegen der kalkulierten Menge überhöhten Rabattierungen Platzierungen von Werbemitteln in den Genuss einer höheren Rabattstufe, erhält er von der mpv eine der Rabattierung entsprechende Rückvergütung.
6. Nutzungsrechte
- 6.1 Der Auftraggeber räumt mit Übergabe des Werbemittels der mpv und dem Rundfunkveranstalter alle für die Nutzung des Werbemittels in Online-Medien erforderlicher Nutzungs-, Verwertungs- und Leistungsschutzrechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Abänderung, Sperrung und Verlinkung sowie zur Vermarktung der Werbemittel, ein. Die Markennamen sind jeweils ebenfalls, inhaltlich und zeitlich für die Durchführung des Online-Werbefunkauftrags erforderlich sind, ein. Der Auftraggeber garantiert, dass er über alle insoweit einzuräumenden Rechte verfügt, und stellt die mpv und den Rundfunkveranstalter von sämtlichen auf einem Verschulden des Auftraggebers beruhenden Ansprüchen Dritter wegen der Verletzung solcher Rechte frei.