

## Allgemeine Geschäftsbedingungen (Online)

### Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Online-Werbung

#### § 1 Geltungsbereich der AGB

1.

Die Kurier Verlag GmbH (nachfolgend "Anbieter" genannt) bietet die Schaltung eines

Werbemittels oder mehrerer Werbemittel auf der Webseite  
<http://www.stadt-kurier.de>

unter Anwendung folgender Allgemeiner Geschäftsbedingungen (nachfolgend "AGB") an.

2.

Sollen zusätzlich zu der Schaltung von Online-Werbung auch Verträge über das weitere

Anzeigen- bzw. Beilagensortiment der Kurier Verlag GmbH beauftragt werden, gelten für

diese zusätzlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen,

abrufbar unter <http://www.stadt-kurier.de/agb/>

3.

Die unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Anbieters führt nicht dazu, dass

diese damit als vereinbart gelten. Der Anbieter schließt vorbehaltlich anderweitiger

ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarung, einen Vertrag mit dem Kunden grundsätzlich auf

der Grundlage dieser AGB.

4.

Der Anbieter ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern. Dazu wird der

Anbieter seinen Kunden rechtzeitig, d.h. mindestens ein Monat vorher, über die Änderungen unterrichten.

## § 2 Werbeauftrag

1.

Werbeauftrag im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels

oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere

in Online-Medien zum Zwecke der Verbreitung.

2.

Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des

Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden.

3.

Die Preisliste ist abrufbar unter <http://www.stadt-kurier.de/preise/>

## § 3 Werbemittel

1.

Werbemittel im Sinne dieser AGB können aus einem oder mehreren der nachfolgend

genannten Elemente bestehen:

a)

Bilder und/oder Texte

b)

Tonfolgen und/oder Bewegbilder

c)

Sensitive Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Kunden

genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Kunden

liegen (z.B. Link).

2.

Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden von

dem Anbieter als Werbung gekennzeichnet.

3.

Im Interesse des Auftraggebers wie auch der Nutzer dürfen die geschalteten Werbemittel

hinsichtlich der Datenmenge eine Obergrenze nicht überschreiten:

a)

Superbanner: max. 300 KB

b)

Skyscraper: max. 300 KB

c)

Wallpaper: max. 600 KB

d)

Billboard: max. 800 KB

e)

Fullbanner: max. 800 KB

f)

Rectangle: max. 800 KB

4.

Die Schaltung von Sonderformaten und -werbeformen ist nur nach Rücksprache mit und

Zustimmung des Anbieters möglich.

## § 4 Vertragsschluss

1.

Der Vertrag zwischen dem Anbieter und dem Kunden kommt durch schriftliche oder per E-

Mail erfolgende Bestätigung des Auftrages durch den Anbieter zustande.

2.

Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der

Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein

Werbetreibender selbst Kunde werden, so muss er von der Werbeagentur vor

Vertragsschluss ausdrücklich benannt werden. Der Anbieter ist berechtigt, von den

Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu erlangen.

3.

Änderungen oder Nebenabreden bedürfen zu ihrer Gültigkeit ebenfalls der Schriftform.

4.

Von einem Vertragsschluss ausgeschlossen sind Verbraucher gemäß § 13 BGB.

## § 5 Ablehnungsbefugnis

1.

Der Anbieter behält sich vor, die Ausführung auch rechtsverbindlich angenommener

Aufträge wegen des Inhaltes, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen. Die

Ablehnung erfolgt nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen, wenn der

Inhalt der Werbeaufträge gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder

der Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde

oder die Veröffentlichung der Werbeaufträge für den Anbieter unzumutbar ist.

2.

Dies gilt auch für den Fall, dass die in dem Werbeauftrag beworbene Ziel-URL gegen einen

der vorgenannten Ausschlussgründe verstößt.

3.

Die Zurückweisung wird dem Kunden des Anbieters schriftlich mitgeteilt. Der Kunde ist in

diesem Fall berechtigt, dem Anbieter eine geänderte Version des zu schaltenden

Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, zu übermitteln. Die

insoweit entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch den

Anbieter in Rechnung gestellt werden. Geht dieser Ersatz bzw. die neue Adresse nicht mehr

rechtzeitig für die Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Insertionstermines bei dem

Anbieter ein, behält der Anbieter den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung auch dann,

wenn die Schaltung des Werbemittels nicht erfolgt.

## § 6 Terminverschiebung

Die gebührenfreie Verschiebung eines vereinbarten Insertionstermines ist nur möglich bis spätestens

7 Werktage vor dem zunächst vereinbarten Insertionstermin und steht unter dem Vorbehalt

vorhandener Kapazitäten und Zustimmung des Anbieters.

## § 7 Stornierung

Eine gebührenfreie Stornierung des Auftrages ist grundsätzlich nur bis spätestens 3 Wochen vor dem

vereinbarten Insertionstermines möglich. Die Stornierung bedarf der Schriftform.

## § 8 Nachlasserstattung

1.

Wird ein Auftrag aus Gründen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat

der Kunde unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag

zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass

des Anbieters zu erstatten.

2.

Der Kunde hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner

tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden

Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der

Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Nachlass