

Allgemeine Geschäftsbedingungen

der Collaborative Marketing Club - CMC GmbH für die Werbung in Verbundwerbemitteln

1. Geltungsbereich

- 1.1 Die Collaborative Marketing Club - CMC GmbH (im Folgenden „CMC“) entwickelt und verbreitet gedruckte Werbemittel, in denen jeweils mehrere Werbekunden (im Folgenden einzeln „Kunde“) die von ihnen angebotenen Produkte bewerben können (im Folgenden „Verbundwerbemittel“). Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten die grundlegenden Regeln für die Schaltung von Werbung des Kunden in einem solchen Verbundwerbemittel. Von diesen Bedingungen abweichende Geschäftsbedingungen des Kunden finden keine Anwendung, wenn sie von CMC nicht ausdrücklich schriftlich bestätigt worden sind.
- 1.2 Erbringt CMC die geschuldeten Leistungen aufgrund eines zuvor unterbreiteten und von dem Kunden akzeptierten Angebotes und stehen Regelungen in dem Angebot im Widerspruch zu Regelungen in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen, gehen die betreffenden Regelungen im Angebot diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor.

2. Leistungsumfang

Beauftragt der Kunde CMC mit der Platzierung von Werbung in einem Verbundwerbemittel von CMC, wird CMC – sofern nicht anders vereinbart – den gemeinsamen grafischen Rahmen für das gesamte Verbundwerbemittel vorgeben sowie die Werbung des Kunden an die grafischen Vorgaben anpassen und in das Verbundwerbemittel einfügen. Nach Fertigstellung des Layouts wird CMC eine Druckvorlage für das Verbundwerbemittel anfertigen und dem Kunden zur inhaltlichen Kontrolle und Freigabe vorlegen. Nach erfolgter Freigabe der Druckvorlage durch alle an dem Verbundwerbemittel beteiligten Werbekunden sorgt CMC für den Druck und – soweit vereinbart – für die Verbreitung des Verbundwerbemittels im vereinbarten Umfang und im vereinbarten Zeitraum.

3. Begriffsbestimmungen

- 3.1 „Anzeigenschluss“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bezeichnet den im Angebot von CMC festgelegten letzten Tag, an dem ein Vertrag zur Werbung in dem im Angebot bezeichneten Verbundwerbemittel abgeschlossen werden kann.
- 3.2 „Druckunterlagenchluss“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der im Angebot von CMC festgelegte Tag, an dem der Kunde CMC spätestens die für das jeweilige Verbundwerbemittel erforderlichen Materialien und Informationen zur Verfügung stellen muss.
- 3.3 „Drucklegungsschluss“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der im Angebot von CMC

bezeichnete Tag, an dem CMC spätestens den Druck des Verbundwerbemittels in Auftrag geben muss, um die rechtzeitige Fertigstellung sicherzustellen.

- 3.4 „Aktionszeitraum“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist die von CMC im Angebot festgelegte Dauer der gemeinsamen Werbeaktion.
- 3.5 „Verbreitungszeitraum“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Zeitraum, in dem die Verbundwerbemittel vereinbarungsgemäß verbreitet werden.

4. Vertragsschluss, Rücktrittsvorbehalt

- 4.1 Die Angebote von CMC richten sich ausschließlich an Unternehmer im Sinne des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB).
- 4.2 CMC erbringt die geschuldeten Leistungen regelmäßig auf der Grundlage eines schriftlich oder in Textform an den Kunden übermittelten Angebotes. Nimmt der Kunde das Angebot von CMC innerhalb der hierzu von CMC gesetzten Frist an, kommt mit Zugang der Annahmeerklärung der Vertrag zwischen CMC und dem Kunden zustande. Ist das Angebot nicht mit einer Befristung versehen, kann es vom Kunden nur innerhalb von sieben Tagen ab Zugang des Angebotes angenommen werden.
- 4.3 CMC hat das Recht vom Vertrag zurückzutreten, wenn bis zum Anzeigenschluss nicht die für das jeweilige Verbundwerbemittel vorgesehenen Anzahl an Verträgen mit Werbekunden über die Platzierung von Werbung in dem Verbundwerbemittel zustande gekommen ist. Tritt CMC vom Vertrag zurück, wird CMC dies dem Kunden unverzüglich, spätestens jedoch innerhalb von vier Werktagen nach Anzeigenschluss mitteilen.

5. Gemeinsame Aktionswerbung, Gutscheincodes

- 5.1 Die Verbundwerbemittel von CMC dienen der gemeinsamen Bewerbung von besonderen Gutscheinkampagnen aller in dem Verbundwerbemittel vertretenen Werbekunden für den Aktionszeitraum.
- 5.2 Die in dem Verbundwerbemittel veröffentlichte Werbung der Werbekunden ist jeweils mit einem besonderen, im Verbundwerbemittel abgedruckten Gutscheincodes versehen, durch dessen Einlösung bei dem Werbekunden innerhalb des Aktionszeitraumes jeder Interessent besondere Vergünstigungen in Anspruch nehmen kann. Die Einlösung des Gutscheins kann von der Einhaltung bestimmter Bedingungen abhängig gemacht werden.
- 5.3 Der von dem Kunden zur Verfügung zu stellende Gutscheincodes ist speziell für das Verbundwerbemittel bereitzustellen. Der Kunde stellt sicher, dass

der Gutscheincodes nicht im Rahmen anderer Werbeaktionen veröffentlicht wird.

6. Mitwirkungspflichten des Kunden

- 6.1 Der Kunde stellt CMC innerhalb der vereinbarten oder sonst hierzu gesetzten angemessenen Frist alle für die Gestaltung der Werbung des Kunden in dem Verbundwerbemittel erforderlichen Materialien und Informationen zur Verfügung, insbesondere
- das Logo und/oder den Unternehmensnamen des Kunden in der gewünschten Schriftart und Gestaltung,
 - die Produktbilder, die in dem Werbemittel erscheinen sollen,
 - die URL zur Website des Kunden,
 - einen vorformulierten Text, der das Waren- und/oder Dienstleistungsangebot des Kunden beschreibt,
 - einen innerhalb des Aktionszeitraumes gültigen Gutscheincodes,
 - eine Beschreibung der mit Einlösung des Gutscheins gewährten Vergünstigungen und
 - die vorformulierten und vollständigen Bedingungen für die Einlösung des Gutscheins einschließlich etwaiger Beschränkungen.
- 6.2 Der Kunde ist verpflichtet, die von CMC erstellte und per E-Mail übersandte Druckvorlage unverzüglich nach Erhalt auf ihre inhaltliche Richtigkeit, Rechtskonformität und Vertragsgemäßheit zu überprüfen und CMC alle etwaigen Beanstandungen unverzüglich in Textform mitzuteilen. Weist die Druckvorlage keine erkennbaren Mängel auf, ist der Kunde verpflichtet, die der Druckvorlage beigelegte Freigabeerklärung innerhalb einer Woche, spätestens jedoch rechtzeitig vor Drucklegungsschluss, unterschrieben an CMC zurückzusenden. Mit der Freigabe bestätigt der Kunde die Vertragsgemäßheit und inhaltliche Richtigkeit der vorgelegten Werbung. Nach erfolgter Freigabe ist die Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen wegen Mängeln, die der Kunde bei der Prüfung und Freigabe hätte erkennen können, ausgeschlossen.
- 6.3 Der Kunde ist verpflichtet, für die gesamte Dauer des Aktionszeitraumes die Funktionalität seiner Website und die Einlösbarkeit des mitgeteilten Gutscheincodes sicherzustellen.
- 6.4 Dem Kunden ist bekannt, dass die fristgemäße Verbreitung des Verbundwerbemittels regelmäßig mit der fristgerechten Erfüllung seiner Mitwirkungspflichten, insbesondere der rechtzeitigen Erteilung der Freigabe der Druckvorlage, steht und fällt und im Falle einer durch den Kunden verursachten Verzögerung ggf. das gesamte Projekt gefährdet ist.

7. Besondere Pflichten des Kunden bei der Werbung im „Premium Shopping Booklet“

- 7.1 Mit dem „Premium Shopping Booklet“ bietet CMC ggf. ein Verbundwerbemittel an, das in einer bestimmten Auflage von den Werbekunden selbst verbreitet wird, indem die Werbekunden jeweils eine bestimmte Anzahl an Verbundwerbemitteln an ihre eigenen Kunden gerichteten Warensendungen beilegen. Inseriert der Kunde in einem solchen Verbundwerbemittel, ist er verpflichtet, die vereinbarte Anzahl an Werbemitteln innerhalb des vereinbarten Verbreitungszeitraums seinen eigenen Warensendungen beizulegen und so zu verbreiten.
- 7.2 Das Verbundwerbemittel darf nur solchen Sendungen beigelegt werden, die an Adressaten innerhalb der Aktionsgebietes, sofern ein solches nicht vereinbart ist, innerhalb der Bundesrepublik Deutschland gerichtet sind. Pro Warensendung darf jeweils nur ein Exemplar des Verbundwerbemittels beigelegt werden.
- 7.3 Der Kunde ist verpflichtet, die Versendung der Verbundwerbemittel zu erfassen und zu dokumentieren. Er ist außerdem verpflichtet, CMC zu informieren, sobald er die vereinbarte Anzahl an Verbundwerbemitteln an eigene Kunden versandt hat.

8. Besondere Pflichten des Kunden bei der Werbung in „Re-Shopping Mailings“

- 8.1 Mit den „Re-Shopping Mailings“ bietet CMC ggf. ein Verbundwerbemittel an, das als Briefsendung an eigene Kunden der Werbekunden versandt wird, wobei alle in dem Verbundwerbemittel vertretenen Werbekunden jeweils eine vereinbarte Anzahl an Kundenadressen zur Verfügung stellen. Der sich aus den von allen Werbekunden bereitgestellten Adressen ergebende Gesamtadressenbestand wird zunächst um Doubletten bereinigt. Anschließend wird das Verbundwerbemittel jeweils an eine identische Anzahl an Kunden jedes Werbekunden versandt, wobei jeweils die Werbung des Werbekunden, der die Adresse bereitgestellt hat, allein auf der Vorderseite und die Werbungen der übrigen Werbekunden zusammen auf der Rückseite des Verbundwerbemittels dargestellt werden.
- 8.2 Inseriert der Kunde in einem solchen Verbundwerbemittel, ist er verpflichtet, innerhalb der hierzu durch CMC gesetzten Frist die vereinbarte Anzahl an Kundenadressen in dem vereinbarten Format an die hierzu benannte Stelle zu übermitteln. Die Anzahl der zu liefernden Kundenadressen ist dabei höher als die Anzahl der an Kunden des Werbekunden versandten Verbundwerbemittel. Durch die hierdurch entstehende Reserve werden Reduzierungen des Adressbestandes durch das Aussortieren von Doubletten ausgeglichen. Genügt die Reserve nicht, um eine ausreichende Anzahl an Adressen zu generieren, ist CMC berechtigt, Kundenadressen nachzufordern oder die Gesamtanzahl der auszusendenden Verbundwerbemittel entsprechend zu reduzieren.

- 8.3 Der Kunde ist verpflichtet, ausschließlich Kundenadressen zum Zwecke der Verbreitung des Verbundwerbemittels zur Verfügung zu stellen,
- an die der Werbekunde innerhalb der letzten 24 Monate erfolgreich eine Postsendung zugestellt hat,
 - bei der keine Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass es sich nicht mehr um die aktuelle Anschrift des Endkunden handelt und
 - zu der dem Kunden kein Widerspruch des Adressaten in die Übermittlung von Werbesendungen vorliegt.
- 8.4 Die Nutzung und Verarbeitung der Adressdaten erfolgt durch den jeweiligen Kooperationspartner im Auftrag des Kunden. Die Verantwortung für die Zulässigkeit der Verarbeitung und Nutzung sowie die Wahrung der Rechte der Betroffenen (Auskunft, Berichtigung, Sperrung, Löschung) verbleibt bei dem Kunden. Soweit gesetzlich notwendig wird der Kunde auf Verlangen mit Vertragsschluss eine gesonderte schriftliche Auftragsdatenverarbeitungsvereinbarung abschließen.

9. Unzulässige Inhalte

- 9.1 Der Kunde verpflichtet sich, keine rechtswidrigen Inhalte zum Zwecke des Abdrucks in Verbundwerbemitteln an CMC zu übermitteln. Unzulässig sind insbesondere Inhalte,
- für deren Verwendung der Kunde nicht die erforderlichen Nutzungsrechte hat,
 - die das Recht anderer auf Schutz der Privatsphäre oder sonstige Persönlichkeitsrechte, insbesondere das Recht der abgebildeten Personen am eigenen Bild, verletzen,
 - die Urheber-, Leistungsschutz-, Marken- oder Kennzeichenrechte anderer verletzen, die gegen wettbewerbsrechtliche Bestimmungen verstoßen oder die sonst zivil- oder strafrechtlich verfolgt werden können,
 - mit rassistischen, gewaltverherrlichenden, pornographischen, obszönen, sonst jugendgefährdenden oder anderweitig sittenwidrigen Motiven oder
 - die unwahre Tatsachenbehauptungen enthalten.
- 9.2 Der Kunde stellt sicher, dass seine Werbung in dem Verbundwerbemittel insgesamt den gesetzlichen Anforderungen entspricht und nicht gegen die in Ziffer 9.1 genannten Vorgaben verstößt.

10. Einräumung von Nutzungsrechten

- 10.1 Der Kunde räumt CMC an den von ihm übermittelten Materialien und Inhalten jeweils einfache, zeitlich unbefristete und räumlich unbeschränkte Nutzungsrechte in dem für die Erbringung der geschuldeten Leistung erforderlichen Umfang ein.
- 10.2 Der Kunde räumt CMC insbesondere das Recht ein, die von ihm bereitgestellten Materialien und Inhalte zum Zwecke der Herstellung und Verbreitung

des Verbundwerbemittels sowie zur Bewerbung der Premium-Shopping-Verbundwerbemittel im Internet

- zu vervielfältigen,
- zu bearbeiten und umzugestalten,
- zu verbreiten sowie
- öffentlich zugänglich zu machen, insbesondere, die Inhalte zum Abruf durch beliebige Dritte über das Internet oder andere Datennetze bereitzuhalten.

10.3 Die Rechteeinräumung erfolgt jeweils durch die Übermittlung der Materialien bzw. Inhalte an CMC. Sie umfasst insbesondere etwaige Marken- und Kennzeichenrechte, Urheberrechte, Leistungsschutzrechte, Designrechte und sonstigen geistigen Eigentumsrechte an den übermittelten Materialien und Inhalten.

10.4 Der Kunde sichert CMC zu, zur Einräumung von Nutzungsrechten in dem vorstehend aufgeführten Umfang berechtigt und in der Lage zu sein. CMC ist berechtigt, von dem Kunden Nachweise dafür zu verlangen, dass er über die erforderlichen Nutzungsrechte verfügt.

10.5 Der Kunde räumt CMC ferner zeitlich unbegrenzt über den Aktionszeitraum hinaus das Recht ein, den Kunden auf der Website www.collaborative-marketing-club.de und in sonstigen Werbemitteln von CMC als Referenzkunde zu benennen und in diesem Zusammenhang auch das Logo bzw. die geschützte Marke und/oder das geschützte Unternehmenskennzeichen des Kunden zu verwenden.

11. Freistellung

Hat der Kunde Pflichten aus dem Vertragsverhältnis mit CMC schuldhaft verletzt und hat dies zu einer Rechtsverletzung geführt, wegen der CMC von einem Dritten in Anspruch genommen wird, ist der Kunde verpflichtet, CMC von allen durch den Dritten geltend gemachten Ansprüchen freizustellen. Die Freistellung gilt auch für alle notwendigen Kosten, die CMC durch die eigene Rechtsverteidigung entstehen.

12. Auswertung der Kampagnen

12.1 Der Kunde ist verpflichtet, CMC nach Beendigung des Aktionszeitraums die zur Ermittlung des Erfolgs der Werbemaßnahme erforderlichen Daten zur Verfügung zu stellen. Er ist verpflichtet, hierzu CMC eine Übersicht mit jeweils mindestens der Bestellnummer, dem Bestellzeitpunkt und der Postleitzahl des Endkunden für jede Bestellung, die während des Aktionszeitraumes unter Angabe des in dem Verbundwerbemittel angedruckten Gutschein-codes erfolgt ist, zu übermitteln.

12.2 Sämtliche Daten werden ausschließlich zur Auswertung des Erfolgs der Werbemaßnahme und zur Optimierung künftiger Werbemaßnahmen verwendet. Die errechneten Response-Quoten dürfen in ano-

nymisierter Form ohne Nennung des Kunden auch Dritten zur Verfügung gestellt werden.

13. Vergütung, Abrechnung

- 13.1 CMC erhält für die erbrachten Leistungen die sich aus dem Angebot von CMC ergebende bzw. sonst zwischen CMC und dem Kunden vereinbarte Vergütung. Sofern nicht anders angegeben, verstehen sich alle Preisangaben als Nettopreise zzgl. Umsatzsteuer in gesetzlicher Höhe.
- 13.2 Sofern nicht anders vereinbart, sind feste Vergütungsbestandteile mit Anzeigenschluss zur Zahlung fällig.
- 13.3 Haben die Parteien ganz oder teilweise eine erfolgsabhängige Vergütung von CMC (z. B. eine zusätzliche „Cost-per-Order“-Vergütung für den Fall, dass eine bestimmte Anzahl an auf die Verbreitung des Verbundwerbemittels zurückzuführenden Vertragsschlüssen überschritten wird) vereinbart, erfolgt die Abrechnung dieser Vergütungsbestandteile jeweils nach Ende des Aktionszeitraumes. Die Parteien können hiervon abweichend vereinbaren, dass die Abrechnung dieser Vergütungsbestandteile bereits während des Aktionszeitraumes in regelmäßigen Abständen für jeweils zurückliegende Abschnitte des Aktionszeitraumes erfolgen soll (z. B. wöchentlich oder monatlich).
- 13.4 Sofern kein bestimmtes Zahlungsziel vereinbart ist, sind vereinbarte Entgelte jeweils mit Rechnungsstellung ohne Abzug an CMC zu zahlen.

14. Gewährleistung

CMC ist nicht verpflichtet, die Rechtskonformität der Werbung des Kunden in dem Verbundwerbemittel zu prüfen oder prüfen zu lassen. CMC übernimmt keine Gewähr für die Rechtmäßigkeit des Verbundwerbemittels. Dies gilt insbesondere für die Einhaltung wettbewerbsrechtlicher Bestimmungen.

15. Haftung

- 15.1 CMC haftet für Schäden des Kunden nach den gesetzlichen Bestimmungen, sofern die Schäden vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurden, sie die Folge des Nichtvorhandenseins einer garantierten Beschaffenheit der Leistung sind, sie auf einer schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (siehe Ziffer 15.2) beruhen, sie die Folge einer schuldhaften Verletzung der Gesundheit, des Körpers oder des Lebens sind, oder für die eine Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz vorgesehen ist. Im Falle einer lediglich fahrlässigen Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (siehe Ziffer 15.2) ist die Haftung von CMC jedoch beschränkt auf solche Schäden, mit deren Entstehung im Rahmen der Erbringung der vereinbarten Leistungen typischerweise und vorhersehbar gerechnet werden muss. Diese Beschränkung gilt nicht,

soweit Schäden die Folge einer Verletzung der Gesundheit, des Körpers oder des Lebens sind.

- 15.2 Wesentliche Vertragspflichten sind solche vertragliche Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglichen und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darf, und deren Verletzung auf der anderen Seite die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet.
- 15.3 Im Übrigen ist die Haftung von CMC unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen.
- 15.4 Der Kunde ist für die regelmäßige Sicherung seiner Daten selbst verantwortlich. Resultieren Schäden des Kunden aus dem Verlust von Daten, so haftet CMC hierfür nur, soweit die Schäden auch durch eine regelmäßige Sicherung aller relevanten Daten durch den Kunden nicht vermieden worden wären.
- 15.5 Alle gegen CMC gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab gesetzlichem Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

16. Geheimhaltung

- 16.1 Der Kunde verpflichtet sich, Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse von CMC, die ihm aufgrund der Zusammenarbeit mit CMC bekannt oder anvertraut worden sind, Dritten gegenüber – auch über die Dauer dieses Vertrages hinaus – vertraulich zu behandeln, Dritten nicht zugänglich zu machen sowie vor dem Zugriff Dritter zu schützen.
- 16.2 Der Kunde verpflichtet sich, alle technischen Informationen, Kenntnisse und Materialien, die ihm von CMC zugänglich gemacht wurden oder die er erhalten hat, lediglich im Rahmen der vereinbarten Zusammenarbeit zu verwenden. Er verpflichtet sich, die Informationen vertraulich zu behandeln und Dritten nur zugänglich zu machen, soweit diese an der Erbringung von geschuldeten Leistungen beteiligt und die Kenntnisse für die Dritten notwendig sind.
- 16.3 Die Geheimhaltungsverpflichtung gilt nicht für Informationen, die nachweislich zum Zeitpunkt des Erhalts bereits offenkundig waren, zum Zeitpunkt des Erhalts bereits im Besitz des Kunden waren, ohne Zutun des Kunden nach Erhalt offenkundig werden oder von Dritten ohne Verpflichtung zur Geheimhaltung zugänglich gemacht werden, wobei vorausgesetzt wird, dass diese Dritten die Informationen nicht direkt oder indirekt von dem Kunden erhalten haben.

17. Schlussbestimmungen

- 17.1 Der Kunde ist nicht zur ordentlichen Kündigung des Vertrags berechtigt, § 649 BGB findet keine Anwendung.
- 17.2 Der Kunde darf die Rechte und Pflichten aus dem Vertrag weder vollständig noch teilweise ohne vorherige, schriftliche Zustimmung von CMC auf einen Dritten übertragen oder an einen Dritten abtreten.

- 17.3 Auf das Vertragsverhältnis mit dem Kunden findet ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung. Die Anwendung des UN-Kaufrechts (CISG) ist ausgeschlossen.
- 17.4 Ist der Kunde Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich rechtliches Sondervermögen, ist ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit dem zwischen dem Kunden und CMC geschlossenen Vertrag Berlin-Friedrichshain.
- 17.5 Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon nicht berührt.