

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Deutscher Landwirtschaftsverlag GmbH für den Bereich Vermarktung Digital Media.

1. Geltungsbereich

1.1 Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend "AGB" genannt) regeln das Verhältnis zwischen Deutscher Landwirtschaftsverlag GmbH, Lothstraße 29, 80797 München (nachfolgend "dlv" genannt) und ihren Auftraggebern in Bezug auf die Erteilung und Abwicklung von Werbeaufträgen für Online-Werbung auf den Digitalen Medien (wie Online- und / oder Social Media-Portale bzw. Newsletter) (nachfolgend „Online-Medien“ genannt) des dlv gemäß der jeweils gültigen Preisliste. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausgeschlossen. Dies gilt auch bei Kenntnis durch den dlv sowie für den Fall, dass den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wurde oder der dlv seine Leistungen widerspruchlos erbracht hat.

2. Werbeauftrag

2.1 "Werbeauftrag" im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel auf den Online-Seiten bzw. Online-Angeboten des dlv und verbundener Unternehmen. Verträge mit Verbrauchern werden nicht geschlossen.

3. Werbemaßnahmen, Werbemittel

3.1 "Werbemaßnahmen" sind alle vom dlv angebotenen "Werbeformate gemäß Preisliste" sowie sonstige buchbare Dienstleistungen.

3.2 Werbeformate, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3.3 „Werbemittel“ sind die durch Auftraggeber zur Verfügung gestellten Inhalte zur Schaltung der Werbemaßnahmen.

3.4 Der Werbekunde hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbefläche an einer bestimmten Position sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Werbefläche. Eine Umplatzierung der Werbefläche innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Werbefläche ausgeübt wird. Die Werbemaßnahmen und Platzierungen beinhalten keine Zusicherung auf eine Darstellung im unmittelbar sichtbaren Bereich (first screen). Die in der Preisliste genannten TKPs beziehen sich auf Auslieferungen sowohl im sichtbaren als auch im nicht sichtbaren Bereich. Abweichende Vereinbarungen sind möglich. Sofern dlv eine Darstellung im sichtbaren Bereich zusichert, ist der Kunde zur Zahlung eines Aufschlags gemäß Preisliste, andernfalls in einer Höhe nach billigem Ermessen des dlv, verpflichtet.

3.5 Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbung nach erstmaliger Schaltung zu prüfen, soweit dies mit zumutbarem Aufwand möglich ist.

4. Auftraggeber, Agentur, Direktkunde

4.1 "Auftraggeber" des dlV ist der unmittelbare Vertragspartner, somit entweder eine Agentur oder ein Werbungtreibender, der Werbeaufträge unmittelbar mit dem dlV abschließt.

4.2 "Agenturen" sind Schalt-Agenturen, die die Werbeaufträge im eigenen Namen und auf eigene Rechnung abschließen. Das Vertragsverhältnis mit den Werbungtreibenden insbesondere in Bezug auf die Preisgestaltung, Abrechnung und sonstigen Konditionen ist Sache der Agentur; ein Vertragsverhältnis zwischen Werbungtreibenden und dem dlV besteht nicht, wenn eine Agentur Auftraggeber ist.

4.3 Sollte die Agentur ausnahmsweise als Stellvertreterin für den Werbungtreibenden auftreten, hat sie hierauf in Textform vor dem Vertragsschluss unter Angabe des werbetreibenden Auftraggebers hinzuweisen. Unterbleibt ein derartiger Hinweis, gilt der Vertrag mit Wirkung für und gegen die Agentur als abgeschlossen.

4.4 "Direktkunden" sind Werbungtreibende, die selbst Vertragspartner des dlV werden, ggf. durch Einschaltung einer Agentur, die als Stellvertreterin im Sinne des § 164 BGB Werbeaufträge in seinem Namen schaltet.

5. Vertragsabschluss

5.1 Ein Vertragsabschluss kommt ausschließlich durch schriftliche Bestellung bzw. dessen Bestätigung per Post, Fax und E-Mail des Werbeauftrages zustande. Der Vertragsabschluss kann die Veröffentlichung eines einzelnen Werbemittels oder einer Vielzahl von Werbemitteln umfassen.

5.2 Bei Buchungen durch Agenturen ist der dlV berechtigt, Buchungsbestätigungen insbesondere bei Nachfragen durch die Werbungtreibenden an diese weiterzuleiten.

6. Abwicklungsfrist

6.1 Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, erfolgt dies – wenn nichts anderes vereinbart ist – gemäß Abwicklung im vereinbarten Leistungszeitraum. Der Leistungszeitraum wird im Angebot definiert.

6.2 Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 6.1 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen. Für die weiteren Werbemittel gilt die jeweils gültige Preisliste.

7. Nachlasserstattung

7.1 Der Vertrag gilt als erfüllt, wenn die gebuchten AdImpressions über alle Platzierungen hinweg erreicht wurden. Die gebuchten AdImpressions müssen innerhalb des Kampagnenzeitraums geliefert werden. Eine tägliche und gleichmäßige Auslieferung wird angestrebt, ist aber nicht geschuldet.

7.2 Wird ein Vertrag aus Gründen nicht vollständig erfüllt, die dlV nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem dlV zu erstatten. Grundlage zur Ermittlung des Unterschiedsbetrags ist das Reporting des dlV-Adservers.

7.3 Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, einen Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Kalenderjahres entsprechenden Nachlass, wenn er einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf einen Bonus und rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des entsprechenden Auftragsjahres geltend gemacht worden ist. Der Bonus wird vom Nettobetrag der Umsätze errechnet.

7.4 Grundlage für die Abrechnung von Kampagnen ist das Reporting des aktuell vom dlv genutzten AdServers. Innerhalb des Reportings informiert dlv den Werbekunden über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten AdImpressions und Klicks (soweit technisch zählbar) in einem vom dlv vorgegebenen Format. Sollten andere Messmethoden oder Kennzahlen gewünscht sein, ist dies vor der Beauftragung zu vereinbaren. Die daraufhin vom dlv gelieferten Messergebnisse sind maßgeblich. Die entstehenden Mehrkosten werden in diesem Fall dem Werbekunden weiterbelastet. Eine unangemeldete Messung des Werbekunden ist unzulässig.

Nach Abschluss einer Kampagne und Erhalt des Endreportings können Reklamationen innerhalb von 2 Wochen geltend gemacht werden. Nach Ende der Reklamationsfrist können Reklamationen abrechnungs- und kompensationstechnisch nicht mehr berücksichtigt werden.

8. Datenanlieferung

8.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel bis spätestens 3 Werktage vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Bei Sonderwerbformen und Richmedia-Formaten beträgt die Frist 7 Werktage. Etwaige Abweichungen sind mit dem dlv unverzüglich schriftlich oder per E-Mail abzustimmen.

8.2 Im Falle einer verspäteten Werbemittelanlieferung ist eine ordnungsgemäße Erfüllung des Vertrages nicht mehr garantiert und eine Rückvergütung in Form einer Gutschrift nicht möglich. Unterschiedsbeträge werden gemäß 7.2 ermittelt.

8.3 Die Pflicht des dlv zur Aufbewahrung des Werbemittels endet 3 Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

8.4 Kosten des dlv für eine vom Auftraggeber gewünschte Änderung des Werbemittels, die nicht den vereinbarten Spezifikationen entsprechen hat der Auftraggeber zu tragen

9. Ablehnungsbefugnis

dlv behält sich vor, Werbeaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses, abzulehnen bzw. zu sperren. Gründe hierfür können sein, aber nicht ausschließlich, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den dlv wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Insbesondere kann der dlv ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird.

10. Rechtsgewährleistung

10.1 Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt und dass die Werbemittel nicht gegen geltendes Gesetz verstoßen (z.B. den geltenden

Jugendschutz- und Strafgesetzen sowie das Recht des unlauteren Wettbewerbs). Des Weiteren dürfen die Werbemittel keine pornographischen, gewalt- oder kriegsverherrlichende bzw. persönlichkeitsrechtsverletzende Inhalte haben. Der Auftraggeber stellt den dlv unter Übernahme der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung von allen Ansprüchen frei, die von Dritten wegen der Werbemittel oder sonstiger Verletzungen gesetzlicher Bestimmungen durch den Auftraggeber geltend gemacht werden. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den dlv nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

10.2 Der Auftraggeber überträgt dem dlv sämtliche für die Nutzung der Werbemittel in Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Zugänglichmachung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

10.3 Weiterhin ermächtigt der Auftraggeber den dlv, Werbeinformationen in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsunternehmen weiterzuleiten. Ist der Auftraggeber dazu nicht bereit, hat er dies dem dlv bei Vertragsschluss schriftlich mitzuteilen.

10.4 Sollte der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten des dlv gewinnen oder sammeln, garantiert der Auftraggeber, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die gesetzlichen Vorgaben insbesondere des Telemediengesetzes (TMG), der DSGVO und des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.

10.5 Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbare) Daten aus dem Zugriff auf die von ihm für Onlineangebote des dlv ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Auftraggeber diese Daten – soweit rechtlich zulässig – im Rahmen des jeweiligen Vertrages für den konkreten Werbetreibenden, der den Auftraggeber mit der Schaltung der jeweiligen Kampagne beauftragt hat, auswerten.

10.6 Darüber hinaus ist dem Auftraggeber eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbeziehbar) aus dem Zugriff auf die von ihm für Onlineangebote des dlv ausgelieferten Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der Auftraggeber die Daten aus Werbeschaltungen auf den Onlineangeboten des dlv nicht für eigene Zwecke speichern, auswerten, anderweitig nutzen und/oder an Dritte weitergeben. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf dem Onlineangebot vom dlv und deren weitere Nutzung.

10.7 Setzt der Auftraggeber für die Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten des dlv Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

10.8 Der Auftraggeber wird Software auf dem neuesten Stand der Technik einsetzen mit dem Ziel, dass die übermittelten oder von ihm eingestellten Werbemittel frei von schädlichem Code, wie z.B. Viren, Trojaner, etc. sind.

11. Gewährleistung des dlv, Rügepflicht des Auftraggebers, Verjährung

11.1 Der dlv gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn die Beeinträchtigung hervorgerufen wird durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. nicht mehr aktuelle Version der gängigen Internet-Browser wie Internet Explorer, Firefox, Safari, Chrome, Opera) oder durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern), durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxys (Zwischenspeichern) oder durch einen Ausfall des AdServers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert. Bei einem Ausfall des AdServers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls.

11.2 Bei ungenügender, nicht zu vertretener Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzwerbung oder eine unverzügliche Ersatzschaltung in einem vergleichbaren Umfeld, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt der dlv eine ihr hierfür gestellte durch Verlängerung des Veröffentlichungszeitraums angemessene Frist verstreichen oder ist die Schaltung von Ersatzwerbung für den Auftraggeber unzumutbar oder schlägt diese fehl, erhält der Auftraggeber eine Erstattung über diesen Zeitraum, in dem das Werbemittel nicht der Qualität des angelieferten Werbemittels entsprach.

11.3 Sind etwaige Mängel bei den angelieferten Werbemitteln nicht erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11.4 Der Auftraggeber wird die Werbemaßnahme nach dem Ersterscheinungstermin unverzüglich prüfen und etwaige Mängel in Textform rügen (Rügepflicht). Bei offensichtlichen Mängeln hat diese Rüge innerhalb von fünf Werktagen nach Ersterscheinen, bei verdeckten Mängeln innerhalb derselben Frist nach Entdeckung zu erfolgen.

11.5 Gewährleistungsansprüche verjähren innerhalb von 12 Monaten.

12. Leistungsstörungen beim dlv

12.1 Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der dlv nicht zu vertreten hat (etwa aus redaktionellen oder technischen Gründen), insbesondere wegen, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern (z.B. Adserver-Anbieter) oder aus vergleichbaren Gründen, besteht kein Anspruch auf Kompensation. Die Durchführung des Auftrags wird nur bei ausreichenden Verfügbarkeiten nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des dlv bestehen und wird nach der Nachholung berechnet. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hierüber informiert.

13. Haftung des dlv

13.1 Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind bei einfacher Fahrlässigkeit vom dlv, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht für die Verletzung solcher Vertragspflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertraut und vertrauen darf (Kardinalpflichten); in diesem Fall ist die Haftung jedoch auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt.

13.2 Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung von Kardinalpflichten gemäß Definition in Ziff. 13.1.

13.3 Die vorstehenden Haftungsausschlüsse gelten nicht bei arglistigem Verschweigen von Mängeln oder bei Übernahme einer Beschaffenheitsgarantie, für die Haftung von Ansprüchen aufgrund des Produkthaftungsgesetzes sowie Körperschäden (Leben, Körper, Gesundheit).

13.4 Mit Ausnahme von Ansprüchen aus unlauteren Handlungen verjähren Schadensersatzansprüche des Auftraggebers für die nach dieser Ziffer die Haftung beschränkt ist, in einem Jahr gerechnet ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

14. Preisliste, Bankverbindung

14.1 Die zwischen dem dlv und dem Auftraggeber vereinbarte Vergütung ergibt sich aus der Auftragsbestätigung. Fehlt es an der Festlegung der Vergütung, ergibt sich diese aus den aktuellen Mediadaten zum Zeitpunkt der Auftragserteilung, die unter der URL [<https://www.dlv.de/media/media-finder.html>] abgerufen werden können.

14.2 Bankverbindung des dlv:

Postbank München
IBAN: DE60 7001 0080 0646 5658 04
BIC: PBNKDEFF

DZ Bank AG München
IBAN: DE50 7016 0000 0000 1525 73
BIC: GENODEFF701

15. Zahlungsbedingungen / Zahlungsverzug

15.1 Der dlv behält sich das Recht vor Vorkasse zu verlangen.

15.2 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber zum fünften Werktag nach Monatsende übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Die Zahlung erfolgt per Überweisung an eine in § 14 Ziff. 14.2 genannten Bankverbindungen.

15.3 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der hierbei erhobene Zinssatz liegt 1% über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank.

Der dlv kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

Bei Vorliegen berechtigter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit des Anzeigenabschlusses das Erscheinen weitere Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15.4 Der Verlag liefert spätestens mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Form eines Screenshots. Kann dieser Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.

16. Kündigung

16.1 Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Die Stornofrist beträgt 2 Wochen vor Buchungsbeginn, bei bereits laufender Buchung 2 Wochen vor Monatsende.

16.2 Stornogebühren werden in folgenden Fällen dem Auftraggeber berechnet:

Storno bis 1 Woche vor Kampagnenstart: 50% des Nettonetto-Kampagnenwerts

Storno bis 3 Werkstage vor Kampagnenstart: 80% des Nettonetto-Kampagnenwerts und

Storno ab 3 Werkstage vor Kampagnenstart und später: 100% des Nettonetto-Kampagnenwerts.

Die kostenfreie Kündigung einer noch nicht laufenden Buchung von Kooperationen (wie z.B. Content-Integration, Gewinnspiel, Special etc.) ist bis zu 8 Wochen vor Schaltungsbeginn möglich. Bei Nichteinhaltung dieser Frist wird das in den ersten 8 Wochen nach Eingang der Kündigung ursprünglich gebuchte Volumen anteilig für die Laufzeit oder bei pauschalen Dienstleistungen wie z.B. Content- oder Bannererstellung vollständig berechnet. Technische Kosten, die bis zum Zeitpunkt der Stornierung für die Buchung entstanden sind werden dem Kunden vollständig in Rechnung gestellt.

17. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nichts anderes vereinbart, obliegt es dem dlV, die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel innerhalb von 10 Werktagen nach Beendigung der Kampagne für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Weitere Informationen zum Datenschutz und dem Einsatz von Cookies finden Sie unter <https://www.dlv.de/datenschutz.html>

19. Abtretung, Aufrechnung

19.1 Die Abtretung der Ansprüche aus dem Werbeauftrag durch den Auftraggeber bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch den dlV.

19.2 Der Auftraggeber kann gegenüber dem dlV Ansprüche nur dann aufrechnen, wenn die Forderung des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.

20. Gerichtsstand, anwendbares Recht

20.1 Gerichtsstand für alle Klagen aus oder im Zusammenhang mit Werbeaufträgen gem. Ziffern 2. ist München. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des Internationalen Privatrechts und des UN-Kaufrechtsübereinkommens.