

1. Anwendungsbereich

- 1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) gelten für sämtliche Verträge zwischen der Bauer Advance KG („Verlag“) und dem jeweiligen Auftraggeber („Auftraggeber“) über die Schaltung von Anzeigen oder anderer Werbemittel im Bereich der Print-Medien („Print-Anzeigen“) und/oder der Online-Medien („Online-Anzeigen“) und gemeinsam mit den Print-Anzeigen die „Anzeigen“) zum Zweck der Verbreitung („Anzeigenauftrag“).
- 1.2 Zusätzlich zu diesen AGB gilt zu dem Zeitpunkt des Abschlusses des jeweiligen Anzeigenauftrages aktuelle Preisliste des Verlags für die Verbreitung von Anzeigen (die „Preisliste“). Die derzeit aktuelle Preisliste ist abrufbar unter der URL <https://baueradvance.com/downloads/>.
- 1.3 Zusätzlich zu diesen AGB gelten die zum Zeitpunkt des Abschlusses des jeweiligen Anzeigenauftrages aktuellen technischen Anforderungen des Verlags für die Verbreitung von Online-Anzeigen (die „technischen Vorgaben“). Die derzeit aktuellen technischen Vorgaben sind abrufbar unter der URL <https://stroerdigitalgroup.atlassian.net/wiki/spaces/SDGPUBLIC/pages/225968532/Formatspezifikationen+-+Deutsch>.
- 1.4 Im Fall von Widersprüchen gilt folgende Vorrangregelung in absteigender Reihenfolge:
 - a) Anzeigenauftrag
 - b) Preisliste
 - c) Technische Vorgaben
 - d) diese AGB.
- 1.5 Entgegenstehende oder abweichende Bedingungen des Auftraggebers erkennt der Verlag nicht an, es sei denn, der Verlag hat ihrer Geltung ausdrücklich in Textform (z.B. per E-Mail) zugestimmt. Diese AGB gelten auch dann, wenn der Verlag die Leistung in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichender Bedingungen des Auftraggebers vorbehaltlos ausführt.

2. Vertragsparteien

- 2.1 Der Auftraggeber im Sinne dieser AGB ist der Vertragspartner des Verlags.
- 2.2 Auftraggeber kann sowohl der Werbungtreibende („Direktkunde“) selbst als auch eine Agentur („Agenturkunde“) sein, die mit der Verbreitung von Anzeigen des Werbungtreibenden im eigenen Namen und für eigene Rechnung befasst ist.
- 2.3 Der Auftraggeber ergibt sich aus dem Anzeigenauftrag.

3. Vertragsschluss

- 3.1 Das Angebot des Auftraggebers zum Abschluss eines Anzeigenauftrags bedarf der Textform (z.B. per E-Mail).
- 3.2 Der Anzeigenauftrag kommt mit der Annahme des Angebots des Auftraggebers durch den Verlag zustande. Die Annahme bedarf ebenfalls der Textform (z.B. per E-Mail). Die Annahme kann auch im Wege der Rechnungsstellung erklärt werden, ohne dass es einer vorherigen Annahmeerklärung bedarf.
- 3.3 Das Angebot zum Abschluss eines Anzeigenauftrags und die Annahme können, sofern Gegenstand des Anzeigenauftrags die Verbreitung einer Print-Anzeige ist, auch über das OBS-Online-Buchungssystem erfolgen (www.obs-portal.de).
- 3.4 Ein Angebot zum Abschluss eines Anzeigenauftrags, dessen Gegenstand die Werbung Dritter oder für Dritte ist („Verbundwerbung“), ist vom Auftraggeber entsprechend kenntlich zu machen, insbesondere unter Nennung der jeweiligen Dritten.
- 3.5 Bei einem Angebot zum Abschluss eines Anzeigenauftrags, das ohne Vorlage der gewünschten äußerlichen Gestaltung der Anzeige oder eines Beilagenmusters übermittelt wurde, steht die Annahme des Angebots durch den Verlag unter dem Vorbehalt, dass der Verlag gegen die äußerliche Gestaltung der Anzeige keine Einwendungen erhebt und dass die Art und Weise der Verbreitung der Anzeige mit vernünftigen Mitteln technisch realisierbar ist („technische Durchführbarkeit“).
- 3.6 Der Anzeigenauftrag soll insbesondere Regelungen zur Platzierung der Anzeige, zum Format der Anzeige, zum Verlagsobjekt, in dem die Anzeige verbreitet werden soll (z.B. Zeitung, Homepage, Online-Plattform etc.), zur Laufzeit des Anzeigenauftrags, zur Ausgabe, in der die Print-Anzeige verbreitet werden soll, zum Beginn etwaiger Kampagnen bzw. Unterkampagnen, zum Insertionsjahr sowie zum Datum des Inverkehrbringens der Ausgabe, in der die Anzeige verbreitet werden soll, enthalten. Überdies enthält der Anzeigenauftrag Bestimmungen zum Preis, zur Form der Belege sowie zum Rechnungsempfänger.
- 3.7 Änderungen der Kontaktdaten des Auftraggebers (z. B. Firmierung, Anschrift) müssen dem Verlag unverzüglich durch den Auftraggeber angezeigt werden.
- 3.8 Der Anzeigenauftrag kann auch die Verbreitung mehrerer Anzeigen erfassen (nachfolgend der „Sammelauftrag“), wobei die jeweilige Verbreitung der Anzeige in diesen Fällen auf Abruf des Auftraggebers erfolgt (jeweils ein „Einzelabruf“). Soweit nicht im Rahmen des Sammelauftrags anderweitig vereinbart, ist jeder Sammelauftrag innerhalb eines Jahres seit Verbreitung der ersten Anzeige zu erfüllen. Der Sammelauftrag gilt automatisch als beendet, sofern es der Auftraggeber unterlässt, innerhalb eines Jahres nach Abschluss des Sammelauftrags die erste Anzeige abzurufen.
- 3.9 Der Auftraggeber hat vorbehaltlich einer anderen Vereinbarung im Rahmen eines Anzeigenauftrags keinen Anspruch auf eine Platzierung der Anzeigen an einer bestimmten Position in den jeweiligen Medien. Innerhalb eines Mediums kann kein Konkurrenzschluss gewährleistet werden, d.h. es kann nicht ausgeschlossen werden, dass Wettbewerber des Auftraggebers während des gleichen Zeitraums innerhalb desselben Mediums Anzeigen verbreiten.

4. Übermittlung der Werbematerialien

- 4.1 Der Auftraggeber ist für die Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Übermittlung der für die Verbreitung der Anzeigen erforderlichen Materialien, insbesondere Daten, Druckunterlagen, Texte, Bilder, Grafiken und andere Elemente (die „Werbematerialien“), an den Verlag verantwortlich. Die Anforderungen, die an die Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Übermittlung gestellt werden, ergeben sich aus den Bestimmungen dieser Ziffer 4 (die „vertragskonforme Übermittlung“).

- 4.2 Eine vertragskonforme Übermittlung ist insbesondere dann nicht gegeben, wenn die übermittelten Werbematerialien für die Verbreitung einer Anzeige erkennbar ungeeignet oder beschädigt sind. Der Verlag fordert in diesen Fällen bei dem Auftraggeber Ersatz an.
- 4.3 Der Verlag haftet nicht, wenn eine vertragskonforme Übermittlung nicht erfolgt ist und übernimmt bei nachträglichen Änderungen keine Gewähr für die im Anzeigenauftrag vereinbarte Verbreitung der Anzeige.
- 4.4 Für Anzeigenaufträge bezüglich Print-Anzeigen gelten ergänzend die Bestimmungen dieser Ziffer 4.4:
 - a) Im Fall eines Anzeigenauftrags zur Verbreitung von Print-Anzeigen setzt eine vertragskonforme Übermittlung insbesondere voraus, dass die als Werbematerialien übermittelten Druckunterlagen ausschließlich in digitaler Form übermittelt werden. Die Druckunterlage muss überdies dem Format und den technischen Vorgaben des Verlags entsprechen. Sofern im Anzeigenauftrag nichts Abweichendes vereinbart ist, richten sich das vereinbarte Format und die technischen Vorgaben nach den Angaben im DUON-Portal (www.duon-portal.de) für das im Anzeigenauftrag vereinbarte Print-Medium.
 - b) Print-Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Platzierungen im jeweiligen Verlagsobjekt verbreitet werden sollen, müssen für eine vertragskonforme Übermittlung so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass der Auftraggeber noch vor Verbreitung der Print-Anzeige gegebenenfalls darüber in Kenntnis gesetzt werden kann, dass die technische Durchführbarkeit nicht gegeben ist.
- 4.5 Für Anzeigenaufträge bezüglich Online-Anzeigen gelten ergänzend die Bestimmungen dieser Ziffer 4.5.
 - a) Im Fall von Online-Anzeigen setzt eine vertragskonforme Übermittlung insbesondere voraus, dass der Auftraggeber für Online-Medien geeignete Werbematerialien (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motive) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten ersten Verbreitungstermin an den Verlag per E-Mail übermittelt. Für Sonderwerbformen gilt eine Frist von zehn Werktagen. Sind die als Werbematerial dienenden Dateien auf dem Server des Auftraggebers oder eines Dritten abgespeichert, teilt der Auftraggeber dem Verlag unter Berücksichtigung der zuvor genannten Bedingungen die URL der zu verbreitenden Online-Anzeige mit. Etwaige Abweichungen sind mit dem Verlag unverzüglich in Textform (z.B. per E-Mail) abzustimmen. Das Vorstehende gilt entsprechend auch für die vom Auftraggeber genannten Internet-Adressen, auf die die Online-Anzeige verweisen soll.
 - b) Der Auftraggeber ist in seiner Verantwortungssphäre für die Einhaltung der für die Durchführung eines Anzeigenauftrags einzuhaltenen technischen Vorgaben verantwortlich. Etwaig entstehende Kosten hat der Auftraggeber selbst zu tragen.
 - c) Will der Auftraggeber nach Ablauf der in der Ziffer 4.5a) genannten Fristen eine Online-Anzeige austauschen oder verändern oder von etwaig bestehenden Motive abweichen, wird der Verlag prüfen, ob der vom Auftraggeber gewünschte Austausch oder die vom Auftraggeber gewünschte Änderung bis zum ursprünglich im Anzeigenauftrag vereinbarten Verbreitungstermin insbesondere im Hinblick auf die technische Durchführbarkeit noch vorgenommen werden kann. Sofern dies nicht der Fall ist, verbleibt es bei dem ursprünglich im Anzeigenauftrag vereinbarten Verbreitungstermin.

5. Ablehnungs- und Unterbrechungsbefugnis

- 5.1 Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen – auch im Fall eines Einzelabrufs im Rahmen eines Sammelauftrags – wegen ihres Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach sachgemäßen Ermessen abzulehnen, insbesondere
 - a) wenn der Inhalt der Anzeige gegen anwendbares Recht (insbesondere Bestimmungen des Urheber-, Wettbewerbs-, Datenschutz-, Presse- oder Strafrechts) oder behördliche Bestimmungen verstößt. Der Auftraggeber hat in diesem Fall darzulegen und zu beweisen, dass der vorgeworfene Verstoß nicht vorliegt;
 - b) wenn der Inhalt der Anzeige vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde;
 - c) wenn die Verbreitung der Anzeige aus anderen Gründen für den Verlag unzumutbar ist;
 - d) wenn die Verbreitung der Anzeige mit einer bereits zuvor verbindlich von einem anderen Auftraggeber des Verlags beauftragten Werbung unvereinbar ist, oder
 - e) soweit eine Verbreitung der Anzeige in dem Titel „PTA Woman“ vereinbart ist und die Anzeige den wirtschaftlichen Interessen der niedergelassenen Apotheken nach ihrem Inhalt oder den beworbenen Waren oder Dienstleistungen zuwiderläuft.
- 5.2 Der Auftraggeber wird über den Umstand der Ablehnung einer Anzeige unverzüglich in Kenntnis gesetzt. Für den Vergütungsanspruch des Verlags gilt Ziffer 10.4.
- 5.3 Für Online-Anzeigen gelten die Bestimmungen dieser Ziffer 5.3 ergänzend:
 - a) Der Verlag ist berechtigt, die Verbreitung einer Online-Anzeige vorübergehend zu unterbrechen, wenn ein hinreichender Verdacht auf gegen anwendbares Recht verstoßende Inhalte auf der jeweiligen Website vorliegt, auf die der Hyperlink in der Anzeige verweist. Für den Vergütungsanspruch des Verlags gilt Ziffer 10.3.
 - b) Der Verlag ist zu vorübergehenden Unterbrechung der Verbreitung insbesondere dann berechtigt, wenn staatliche Stellen wegen des betreffenden Inhalts auf der Website ermitteln oder eine Abmahnung eines vermeintlich Verletzten vorliegt, vorausgesetzt, die Abmahnung ist nicht offensichtlich unbegründet.
 - c) Der Auftraggeber hat die gegen anwendbares Recht verstoßenden Inhalte unverzüglich zu entfernen und darzulegen und zu beweisen, dass der vorgeworfene Verstoß nicht vorliegt.
 - d) Der Auftraggeber wird über den Umstand der vorübergehenden Unterbrechung der Verbreitung der Anzeige unverzüglich in Kenntnis gesetzt. Der Auftraggeber ist berechtigt, dem Verlag Werbematerialien zu übermitteln, die eine Verbreitung der Online-Anzeige entsprechend der Vorgaben des Verlags ermöglichen. Der Verlag kann dem Auftraggeber

anbieten, die Online-Anzeige durch eine andere Online-Anzeige und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen.

6. Stornierung von Online-Anzeigen

- 6.1 Die nachfolgenden Bestimmungen dieser Ziffer 6 finden ausschließlich Anwendung auf Online-Anzeigen.
- 6.2 Der Auftraggeber ist berechtigt, Anzeigenaufträge über Online-Anzeigen in Textform (z.B. per E-Mail) zu stornieren.
- 6.3 Die Stornierung von Online-Anzeigen ist in folgenden Fällen kostenfrei möglich:
 - a) Bei noch nicht gestarteten Kampagnen/Unterkampagnen: Bis zwei Wochen vor Kampagnenstart oder bei Kampagnen mit mehreren Unterkampagnen bis zwei Wochen vor Start der Unterkampagne.
 - b) Bei bereits gestarteten Kampagnen/Unterkampagnen: Bis zwei Wochen vor Ende des Kalendermonats mit Wirkung zum Monatsende.
- 6.4 Bei allen sonstigen Stornierungen werden dem Auftraggeber die folgenden Storngebühren berechnet:
 - a) Storno bis fünf Werktage vor Kampagnen-Unterkampagne-Start: 50% des Nettonetto-Kampagnenwerts (Agenturnetto 2 (AN2)).
 - b) Storno bis vier Werktage vor Kampagnen-Unterkampagne-Start: 80% des Nettonetto-Kampagnenwerts (Agenturnetto 2 (AN2)).
 - c) Storno ab drei Werktage vor Kampagnen-Unterkampagne-Start: 100% des Nettonetto-Kampagnenwerts (Agenturnetto 2 (AN2)).
- 6.5 Für die Stornierung von Online-Anzeigen mit Kreativeleistungen des Verlags, d.h. von Online-Anzeigen, die ganz oder teilweise durch den Verlag erstellt worden sind, gilt Folgendes:
 - a) Nach Abschluss des Anzeigenauftrags über solche Kampagnen findet ein Kick-Off Termin zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag statt. Dies ist der Termin, in dem erstmals über die konkrete Umsetzung der Kampagne, insbesondere über deren Inhalt und die durch den Verlag zu erbringenden Kreativeleistungen sowie die Rahmenbedingungen gesprochen wird.
 - b) Vor diesem Kick-Off Termin ist die Stornierung kostenfrei möglich, sofern noch keine Produktionskosten für die Erstellung der jeweiligen Online-Anzeige, insbesondere für das Programmieren und die Gestaltung der Online-Anzeige angefallen sind. Ab diesem Kick-Off Termin oder wenn bereits Produktionskosten angefallen sind, ist eine Stornierung nur noch gegen Zahlung von 100% des Nettonetto-Kampagnenwerts möglich.
- 6.6 Im Fall von Widersprüchen zwischen den hier geregelten Stornbedingungen und etwaigen Stornbedingungen in Preislisten haben die hier geregelten Stornbedingungen Vorrang.
- 7. Rechtsinhaberschaft, Rechteinräumung**
 - 7.1 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er Inhaber aller zur Durchführung des Anzeigenauftrags erforderlichen Rechte ist. Der Auftraggeber versichert, dass er insbesondere sämtliche erforderliche Nutzungs-, Urheber-, Leistungsschutz- und sonstige Rechte an den übermittelten Werbematerialien erworben hat und frei darüber verfügen kann.
 - 7.2 Der Auftraggeber räumt dem Verlag sämtliche für die Vertragsdurchführung erforderlichen Rechte an den von ihm übermittelten Werbematerialien, insbesondere die urheberrechtlichen Nutzungsrechte und sonstigen Rechte ein. Hierzu zählen insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, zur Umarbeitung, zur Verbreitung, zur öffentlichen Zugänglichmachung, zur Übertragung, zur Sendung, zur Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf. Die Rechte werden räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Anzeigenauftrags notwendigen Umfang eingeräumt, gelten für alle im Rahmen des Vertragszwecks relevanten bekannten Nutzungsarten und sind zeitlich auf die im Anzeigenauftrag für die Verbreitung der Anzeige vereinbarte Laufzeit beschränkt.
 - 7.3 Die Inhalte und die Gestaltung der Online-Medien des Verlags sind urheberrechtlich geschützt. Die Rechte hieran stehen alleine dem Verlag zu. Das Recht des Auftraggebers zur Nutzung des jeweiligen Online-Mediums ist beschränkt auf das Einstellen und Abrufen der Online-Anzeigen im Rahmen und für die Laufzeit des Anzeigenauftrags.
- 8. Gewährleistung und Verjährung**
 - 8.1 Der Verlag haftet für Mängel nach den hierfür geltenden gesetzlichen Bestimmungen.
 - 8.2 Soweit der Verlag nicht nach Ziffer 9 unbegrenzt haftet und sofern nichts Abweichendes in dieser Ziffer 8 geregelt ist, verjähren Mängelhaftungs- und sonstige Schadensersatzansprüche innerhalb von einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.
 - 8.3 Beanstandungen offensichtlicher Mängel müssen dem Verlag innerhalb einer Woche nach Verbreitung in Textform (z.B. E-Mail) mitgeteilt werden, sonstige Mängel innerhalb der geltenden Verjährungsfrist.
 - 8.4 Für die Verbreitung von Online-Anzeigen gelten ergänzend die Bestimmungen dieser Ziffer 8.4:
 - a) Die Online-Anzeige wird in einer dem üblichen technischen Standard entsprechenden Weise verbreitet. Eine jederzeitige und vollständig fehlerfreie Verbreitung kann der Verlag jedoch nach dem derzeitigen Stand der Technik nicht gewährleisten.
 - b) Ein vom Verlag zu vertretender Fehler in der Verbreitung liegt insbesondere dann nicht vor, wenn die Verbreitung durch folgende, außerhalb der Verantwortungssphäre des Verlags liegender Umstände beeinträchtigt wird:
 - (i) Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware (z.B. Browser) oder Hardware des Users oder des Internetdienstleisters, Störung der Kommunikationsnetze, Rechnerausfall aufgrund von Systemversagen oder Leitungsausfall, unvollständige und/oder nicht aktualisierte Zwischenspeicherung auf Proxy-Servern oder im lokalen Cache, oder durch einen Ausfall des vom Verlag genutzten Ad-Server, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der im Anzeigenauftrag vereinbarten Verbreitung der Online-Anzeige andauert.
 - (ii) Bei einem Ausfall des Ad-Server über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit einer zeitgebundenen Festbuchung) wird der Verlag versuchen, die Online-Anzeige unverzüglich nach Fortfall des Ausfalls zu verbreiten und die im Anzeigenauftrag vereinbarte Laufzeit der Verbrei-

tung in Einvernehmen mit dem Auftraggeber entsprechend der Ausfallzeit zu verlängern. Entspricht die spätere Verbreitung nicht den Interessen des Auftraggebers, reduziert sich die vom Auftraggeber für die Online-Anzeige zu leistende Vergütung anteilig entsprechend der Ausfallzeit. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

c) Bei Mängeln, insbesondere bei ungenügender Qualität der Verbreitung der Online-Anzeige, hat der Auftraggeber Anspruch auf eine mangelfreie erneute Verbreitung der Online-Anzeige. Der Anspruch auf erneute Verbreitung entsteht jedoch dann nicht, wenn die erneute Verbreitung für den Verlag unzumutbar ist, insbesondere, wenn sie einen unzumutbar hohen Aufwand verursachen würde. Nimmt der Verlag die erneute Verbreitung nicht innerhalb einer ihm hierfür gesetzlich angemessenen Frist vor oder ist eine erneute Verbreitung dem Verlag unzumutbar, so kann der Auftraggeber vom Anzeigenauftrag zurücktreten oder die Vergütung mindern. Der Auftraggeber kann ebenfalls vom Anzeigenauftrag zurücktreten oder die Vergütung mindern, wenn er nachvollziehbar darlegt, dass er kein Interesse an der erneuten Verbreitung durch den Verlag hat. Das Recht des Auftraggebers auf eine Ersatzvornahme ist ausgeschlossen.

8.5 Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der verbreiteten Print-Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder der im Anzeigenauftrag zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis reduziert, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Bei Online-Anzeigen hat der Verlag in solchen Fällen stets einen Anspruch auf vollständige Bezahlung.

9. Haftung und Freistellung

9.1 Bei Vorsatz haftet der Verlag entsprechend der gesetzlichen Regelungen.

9.2 Bei grober Fahrlässigkeit haftet der Verlag entsprechend der gesetzlichen Regelungen.

9.3 Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag – vorbehaltlich eines mildernden Haftungsmaßstabs nach gesetzlichen Vorschriften (z. B. für Sorgfalt in eigenen Angelegenheiten) – nur für Schäden aus der Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (d.h. einer Verpflichtung, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Anzeigenauftrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut und vertrauen darf); in diesem Fall ist die Haftung des Verlages jedoch auf den Ersatz des vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schadens begrenzt. Mittelbare Schäden und Folgeschäden, die Folge von Mängeln im Rahmen der Durchführung des Anzeigenauftrages sind, sind dementsprechend nur ersatzfähig, soweit solche Schäden bei bestimmungsgemäßer Durchführung des Anzeigenauftrages typisch und vorhersehbar sind.

9.4 Die Beschränkungen aus Ziffer 9.3 gelten nicht a) für Schäden aus der Verletzung von Körper, Leben oder Gesundheit;

b) für eine Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz; c) soweit der Verlag einen Mangel arglistig verschwiegen oder eine Garantie für die Ordnungsgemäßheit der Verbreitung übernommen hat.

9.5 Die sich aus diesem Abschnitt ergebenden Haftungsbeschränkungen gelten vorbehaltlich der Regelungen in Ziffer 9.4 hinsichtlich aller Schadensersatzansprüche gleich aus welchem Rechtsgrund, insbesondere aus Unmöglichkeit, Verzug, mangelhafter oder falscher Verbreitung, Vertragsverletzung, Verletzung von Pflichten bei Vertragsverhandlungen und unerlaubter Handlung, soweit es dabei jeweils auf ein Verschulden ankommt, und auch bei Pflichtverletzungen durch Erfüllungsgehilfen und sonstigen Personen, deren Verschulden der Verlag nach gesetzlichen Vorschriften zu vertreten hat.

9.6 Der Verlag übernimmt, abgesehen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, für Speicher-ausfall, Unterbrechung, evtl. Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung bei der Kommunikation.

9.7 Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbematerialien auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung.

9.8 Der Verlag behält sich vor, aus aktuellem Anlass Erscheinungstermine zu verschieben. Dem Auftraggeber erwachsen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag. Eine Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadenersatz, insbesondere auf Zahlung des Schadenersatzes für nicht verbreitete oder nicht rechtzeitig verbreitete Anzeigen, besteht nicht.

9.9 Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die diese gegen den Verlag wegen einer Verletzung ihrer Rechte durch den Auftraggeber, wegen des Verstoßes gegen geltendes Recht durch den Auftraggeber, oder wegen des Verstoßes des Auftraggebers gegen den Anzeigenauftrag geltend machen. Ferner ersetzt der Auftraggeber dem Verlag sämtliche im Rahmen der Rechtsverteidigung entstehenden erforderlichen Kosten und Aufwendungen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag im Rahmen des Zumutbaren bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Sonstige Rechte und Ansprüche des Verlages bleiben unberührt.

10. Preise, Nachlässe, Zahlung, Zahlungsverzug

10.1 Die Preise ergeben sich aus der zum Zeitpunkt des Abschlusses des jeweiligen Anzeigenauftrages aktuellen Preisliste, soweit nicht in dem jeweiligen Anzeigenauftrag abweichend vereinbart. Bei Sammelaufträgen ist die bei Abschluss des jeweiligen Einzelauftrages aktuelle Preisliste maßgebend.

10.2 Der Verlag ist im Fall einer Verbundwerbung zur Erhebung eines Verbundaufschlages berechtigt. Einzelheiten zur

Höhe des Verbundaufschlages sind in der jeweiligen Preisliste geregelt.

10.3 Kann die Verbreitung aufgrund einer nicht vertragskonformen Übermittlung nicht oder nicht wie im Anzeigenauftrag vereinbart erfolgen, bleibt der Auftraggeber zur Zahlung der vertraglich vereinbarten Vergütung verpflichtet. Ersparte Aufwendungen hat sich der Verlag anrechnen zu lassen. Etwaige Mehrkosten, die aufgrund einer nicht vertragskonformen Übermittlung entstehen, sind vom Auftraggeber zu tragen.

10.4 Die Kosten des Verlages für vom Auftraggeber im Rahmen eines Anzeigenauftrages zur Verbreitung von Anzeigen gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Anzeigen (einschließlich der Druckvorlagen) hat der Auftraggeber zu tragen.

10.5 Werden einzelne oder mehrere Einzelabrufe im Rahmen eines Sammelauftrages aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zu erstatten, der sich aus den Nachlässen ergibt, die auf Basis der Sammelauflage zugesicherten Einzelabrufen errechnet wurden und den Nachlässen, die zur Anwendung kommen würden, wenn im Sammelauflage nur die tatsächlich durchgeführten Einzelabrufe vereinbart worden wären. Der Auftraggeber hat, wenn nichts Abweichendes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf Reduzierung der vereinbarten Vergütung entsprechend der nicht durchgeführten Einzelabrufe innerhalb eines Jahres.

10.6 Für Online-Anzeigen gelten die Bestimmungen aus dieser Ziffer 10.6 ergänzend:

a) Die Vergütung bemisst sich grundsätzlich auf der Basis von AdImpressions, wenn nicht eine Vergütung auf Basis von AdClicks ausdrücklich im Anzeigenauftrag vereinbart wurde. AdImpressions und AdClicks (gemeinsam „Vergütungseinheiten“) gelten als generiert, wenn die betreffende Website aufgerufen wird.

b) Die Ermittlungen der generierten Vergütungseinheiten erfolgt ausschließlich durch Kampagnenreports, die mittels des vom jeweiligen Anbieter verwendeten Ad-Servers erstellt werden. Der Kampagnenreport fasst u.a. die kampagnenbezogenen Daten zusammen, mindestens die Anzahl der AdImpressions pro Tag/pro Online-Anzeige. Soweit im Anzeigenauftrag nichts Abweichendes vereinbart ist, wird der jeweilige Anbieter dem Auftraggeber zumindest einen finalen Kampagnenreport zum Ende der Kampagnenlaufzeit zur Verfügung stellen. Beanstandungen wegen eines Kampagnenreports können jeweils nur während eines andauernden Anzeigenauftrages sowie spätestens zwei Wochen nach Ablauf der jeweiligen Kampagne und Erhalt des finalen Kampagnenreports berücksichtigt werden.

c) Der Verlag entscheidet nach freiem Ermessen, welcher Anbieter die Kampagnenreports erstellt.

d) Da es durch das erforderliche Zusammenspiel mehrerer technischer Systeme zu Zähldivergenzen kommen kann, können abweichende eigene Erkenntnisse und Zählungen des Auftraggebers für Korrekturen der Kampagnenreports nicht berücksichtigt werden. Vielmehr gilt der Kampagnenreport des jeweiligen AdServer-Dienstleisters vom jeweiligen Anbieter als maßgebend.

e) Ersetzt der Verlag eine Anzeige durch eine andere Anzeige/oder durch einen Hyperlink in Fällen der Ziffer 5.3d), kann der Verlag die insoweit entstehenden Mehrkosten dem Auftraggeber in Rechnung stellen. Der Verlag hat die Entstehung der Mehrkosten nachzuweisen.

10.7 Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nichts Abweichendes im Anzeigenauftrag vereinbart ist. Maßgeblich für den Beginn der Frist ist das Datum des Zugangs der Rechnung. Einzelheiten zu etwaigen Nachlässen für vorzeitige Zahlungen sind in der jeweiligen Preisliste geregelt.

10.8 Bei Auftraggebern, die erstmalig mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse zum Anzeigenschlussstermin verlangt werden. Einzelheiten zum Anzeigenschlussstermin sind in der jeweiligen Preisliste geregelt.

10.9 Für Nachlässe und andere der nachfolgend benannten Arten einer Preisreduktion gelten folgende Bestimmungen aus dieser Ziffer 10.9:

a) Der Verlag behält sich vor, Agenturkunden Rabatte oder Nachlässe einzuräumen, auch solche, die unabhängig von dem einzelnen Anzeigenauftrag bzw. Werbungtreibenden an Gesamtbuchungsvolumen einer Agentur bemessen sind.

b) Rabatte werden nicht gewährt für Auftraggeber, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen, oder für Auftraggeber, die für andere Werbungtreibende ebenfalls Anzeigenaufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist ein Nachweis des Konzernstatus in Textform (z.B. E-Mail) des Auftraggebers erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Ende des Jahres, in dem der Anzeigenauftrag abgeschlossen worden ist, erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend berücksichtigt werden.

c) Soweit nicht ausdrücklich anders ausgewiesen, beziehen sich die Rabattstaffeln in den jeweiligen Preislisten auf die Verbringungen von Anzeigen für einen Auftraggeber je Insertionsjahr.

d) Bezüglich etwaig vereinbarter Rabatte, Commitments und Agenturprovisionen wird allein auf die reinen Anzeigenkosten abgestellt. Insbesondere Produktions- und Gestaltungs-kosten sind nicht rabattfähig und -bildend, nicht commitmentfähig und -bildend sowie nicht agenturprovisionsrelevant.

e) Konzerrabatte bedürfen einer Bestätigung durch den Verlag in Textform (z.B. per E-Mail). Konzerrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Über

die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist der Verlag unverzüglich in Kenntnis zu setzen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

f) Rabatte, die Agenturkunden empfangen haben, werden sie ihrem Kunden (insbesondere dem Werbungtreibenden) gegenüber offenlegen und gegebenenfalls an diese weiterreichen, wenn und soweit sie hierzu gegenüber ihrem Kunden vertraglich oder gesetzlich verpflichtet sind.

g) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen fällig. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenauftrages das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

11. Preisänderungen

11.1 Nachträgliche Preisänderungen für bereits verbindlich erteilte Anzeigenaufträge sind nur dann wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Verbreitung der Anzeige angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht bezüglich der von der Preiserhöhung erfassten Anzeige zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform (z.B. per E-Mail) nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

11.2 Unberührt bleibt das Recht des Verlages, seine Preisliste fortlaufend nach freiem Ermessen zu aktualisieren, die sodann für den Abschluss neuer Anzeigenaufträge maßgeblich ist.

12. Vertraulichkeit

12.1 „Vertrauliche Informationen“ sind alle Informationen, Dokumente, Gegenstände, Materialien, Stoffe oder elektronische Dateien, die von einer Vertragspartei gegenüber der anderen Vertragspartei in schriftlicher, elektronischer, mündlicher oder sonstiger Form offengelegt werden, und die von der offenlegenden Vertragspartei als vertraulich gekennzeichnet werden oder ihrer Natur nach als vertraulich zu behandeln sind.

12.2 Die Vertragsparteien verpflichten sich, die Vertraulichen Informationen der jeweils anderen Vertragspartei vertraulich zu behandeln und sie ausschließlich für die Zwecke der Durchführung dieses Anzeigenauftrages zu verwenden.

12.3 Eine Weitergabe der Vertraulichen Informationen der jeweils anderen Vertragspartei an Dritte ist nur gestattet, soweit dies für die Durchführung des Anzeigenauftrages zwingend erforderlich ist und sich der Dritte gegenüber der weitergebenden Vertragspartei seinerseits zur Vertraulichkeit verpflichtet hat bzw. von Berufswegen zur Vertraulichkeit verpflichtet ist. Gesetzliche Offenlegungspflichten bleiben unberührt. Die jeweilige Vertragspartei steht dafür ein, dass die Verpflichtungen des Anzeigenauftrages auch durch solche Dritte gewahrt bleiben, an die die jeweilige Vertragspartei Vertrauliche Informationen der anderen Vertragspartei offenlegt. Für Verstöße gegen die Vertraulichkeitsverpflichtungen aus dieser Ziffer durch solche Dritte haftet die jeweilige Vertragspartei wie für eigenes Verschulden.

12.4 Die Vertragsparteien verpflichten sich, die Vertraulichen Informationen der jeweils anderen Vertragspartei durch angemessene Sicherheitsmaßnahmen unter Beachtung der erforderlichen Sorgfalt zu schützen.

12.5 Die vorstehenden Verpflichtungen gelten nicht für Informationen, von denen die empfangende Vertragspartei nachweisen kann, dass sie (i) der Öffentlichkeit in rechtmäßiger und einer die Bestimmungen des Anzeigenauftrages nicht verletzenden Weise zur Verfügung standen oder stehen, (ii) der empfangenden Vertragspartei bereits zuvor bekannt waren und zu ihrer uneingeschränkten Verfügung standen, (iii) der empfangenden Vertragspartei von einem hierzu berechtigten Dritten offengelegt wurden oder (iv) von der empfangenden Vertragspartei eigenständig und ohne Nutzung der Vertraulichen Informationen offenlegenden Vertragspartei entwickelt worden sind.

12.6 Die jeweils empfangende Vertragspartei verpflichtet sich, unverzüglich nach Beendigung des Anzeigenauftrages alle Dokumente und Aufzeichnungen, welche Vertrauliche Informationen der jeweils anderen Vertragspartei enthalten, vollständig und endgültig zu zerstören bzw. im Fall von elektronischen Daten endgültig zu löschen. Gesetzliche Aufbewahrungs- und Archivierungspflichten bleiben hiervon unberührt.

12.7 Nach Beendigung des Anzeigenauftrages gelten alle Rechte und Pflichten der Vertragsparteien in Bezug auf die Vertraulichen Informationen der jeweils anderen Vertragspartei für die Dauer von zehn Jahren fort.

13. Schlussbestimmungen

13.1 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

13.2 Ausschließlicher Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages.

13.3 Sollte eine Bestimmung dieser AGB und/oder des Anzeigenauftrages ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen dieser AGB und/oder des Anzeigenauftrages nicht berührt. Das Gleiche gilt, wenn und soweit sich herausstellen sollte, dass diese AGB und/oder der Anzeigenauftrag eine Regelungslücke enthält. Anstelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung oder zur Ausfüllung der Regelungslücke gilt eine angemessene Regelung als vereinbart, die, soweit rechtlich möglich, dem am nächsten kommt oder entspricht, was die Vertragsparteien wirtschaftlich gewollt haben oder nach dem Sinn und Zweck dieser AGB/des Anzeigenauftrages gewollt hätten, sofern sie diesen Punkt bedacht hätten.

13.4 Auf alle Streitigkeiten aus oder in Verbindung mit diesen AGB sowie aus und in Zusammenhang mit den auf deren Basis getätigten Geschäften findet, unabhängig vom rechtlichen Grund, ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung, dies jedoch unter Ausschluss aller nicht-zwingenden Bestimmungen des Kollisionsrechts, die auf eine andere Rechtsordnung verweisen. Die Anwendung des U.N.-Kaufrechts ist ausgeschlossen.

1. Gegenstand und Parteien des Vertrages

- 1.1 Dieser Vertrag (das „**JCA**“) ist integraler Bestandteil der „Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Bauer Advance KG für Anzeigenaufträge“ (die „**Anzeigen AGB**“) und sämtlicher Anzeigenaufträge, die unter Einbeziehung der Anzeigen AGB geschlossen werden. Der Begriff der „Anzeigen“ umfasst sämtliche Werbemittel im Print- und/oder Online-Bereich; siehe Ziff. 1.1 der „Anzeigen AGB“.
- 1.2 Soweit nachfolgend nicht anders angegeben, haben sämtliche in diesem JCA verwendete Begriffe die in den Anzeigen AGB definierte Bedeutung.
- 1.3 Parteien dieses JCA sind der (i) Verlag (also die Bauer Advance KG), (ii) der jeweilige Auftraggeber sowie (iii) diejenigen Unternehmen der Bauer Media Group, die für die Online-Objekte verantwortlich sind, in denen die von den jeweiligen Anzeigenaufträgen erstellten Anzeigen geschaltet werden (insgesamt die „**Parteien**“).
- 1.4 Die aktuelle Liste der Unternehmen der Bauer Media Group ist diesem JCA als Annex 1 beigefügt, wobei die Parteien klarstellen, dass die dort aufgeführten Unternehmen jeweils nur insoweit Partei dieses JCA werden, als die Voraussetzungen der Ziff. 1.3 erfüllt sind (diese Unternehmen nachfolgend die „**Objekt-Verantwortlichen**“). Von Fall zu Fall wird der Verlag dem Auftraggeber einen aktualisierten Annex 1 zur Verfügung stellen.
- 1.5 Beim Abschluss der Anzeigenaufträge handelt der Verlag mit Blick auf den Abschluss dieses JCA als Stellvertreter der jeweiligen Objekt-Verantwortlichen.

2. Zwecke und Rechtsgrundlagen der Verarbeitung

- 2.1 Diese JCA legt die Verantwortungsbereiche zwischen den Parteien für die gemeinsame Datenverarbeitung gemäß Art. 26 DSGVO fest, die im Rahmen der Durchführung der Anzeigenaufträge erfolgt.
- 2.2 Gegenstand der Verarbeitung sind die personenbezogenen Daten derjenigen Personen, die die online Angebote der jeweiligen Objekt-Verantwortlichen (die „**Online Verlagsobjekte**“) nutzen (die „**Nutzer**“), soweit diese Daten im Rahmen der Durchführung der Anzeigenaufträge verarbeitet werden.
- 2.3 Der Verlag und der jeweilige Objekt-Verantwortliche (nachfolgend auch die „**BMG Gesellschaften**“) sind gemeinsam mit dem Auftraggeber für die Verarbeitung personenbezogener Daten der Nutzer verantwortlich, soweit die BMG-Gesellschaften dem Auftraggeber über die Einbindung der Online-Werbe-Technologien in das Online Verlagsobjekt die Verarbeitung personenbezogener Daten von Nutzern des Online Verlagsobjekts für die Zwecke der Durchführung der Anzeigenaufträge ermöglichen (nachfolgend „**Gemeinsame Verarbeitung**“).

3. Mittel und Zwecke der Gemeinsamen Verarbeitung

- 3.1 Die Zwecke und die jeweiligen Rechtsgrundlagen für die Verarbeitung personenbezogener Daten der Nutzer der Online Verlagsobjekte sind durch den Verlag und den Auftraggeber gemeinsam über die Consent-Management-Plattform des jeweiligen Online Verlagsobjekts (nachfolgend „**CMP**“) definiert worden.
- 3.2 Die Verarbeitung personenbezogener Daten von Nutzern des Online Verlagsobjekts erfolgt über die in das Online Verlagsobjekt eingebundenen Online-Werbe-Technologien des Verlags.
- 3.3 Mittels der Online-Werbe-Technologien des Verlags wird es dem Auftraggeber ermöglicht, Cookies oder vergleichbare Technologien (z.B. bei Apps) auf dem Endgerät des Nutzers des Online Verlagsobjekts zu speichern, mittels derer ein Zugriff auf beziehungsweise das Speichern von Informationen auf dem Endgerät zu den festgelegten Zwecken ermöglicht wird.
- 3.4 Der Auftraggeber steht dafür ein, nur solche Cookies oder vergleichbare Technologien einzusetzen und nur solche Datenverarbeitungen vorzunehmen, die den Vorgaben der CMP entsprechen. Im Falle eines Verstoßes gegen diese Pflicht hat der Auftraggeber die BMG Gesellschaften von sämtlichen daraus resultierenden Schäden und sonstigen Ansprüchen Dritter (einschließlich etwaiger Bußgelder) freizustellen. Alle weiteren Rechte der BMG Gesellschaften bleiben unberührt.

4. Verhältnis zu den Nutzern

- 4.1 Die jeweilige BMG-Gesellschaft ermöglicht den Nutzern die Nutzung des Online Verlagsobjekts.
- 4.2 Zu Beginn des Nutzungsvorgangs erhält der Nutzer die Möglichkeit, die Reichweite der Verarbeitung personenbezogener Daten und den Zugriff auf beziehungsweise das Speichern von Informationen auf seinem Endgerät durch entsprechende Einstellungen in dem Online Verlagsobjekt selbst zu bestimmen.
- 4.3 Soweit die Verarbeitung auf Basis einer Einwilligung erfolgt, hat der Nutzer jederzeit die Möglichkeit, die jeweils erteilte Einwilligung innerhalb der Einstellungen des Online Verlagsobjekts des Verlags zu widerrufen bzw. der Verarbeitung personenbezogener Daten zu widersprechen.
- 4.4 Entsprechend den Einstellungen des Nutzers innerhalb des Online Verlagsobjekts werden dem Auftraggeber technische Signale über das Vorliegen der Rechtsgrundlage für die Verarbeitung personenbezogener Daten des Nutzers übermittelt. Der Auftraggeber steht dafür ein, die Verarbeitung personenbezogener Daten des Nutzers ausschließlich im Einklang mit diesen Vorgaben vorzunehmen. Im Falle eines Verstoßes gegen diese Pflicht hat der Auftraggeber die BMG Gesellschaften von sämtlichen daraus resultierenden Schäden und sonstigen Ansprüchen Dritter (einschließlich etwaiger Bußgelder) freizustellen. Alle weiteren Rechte der BMG Gesellschaften bleiben unberührt.

5. Spezifische Pflichten des Verlages

- 5.1 Der Verlag verpflichtet sich, den Nutzern des Online Verlagsobjekts im Rahmen des Online Verlagsobjekts eine CMP zum jederzeitigen Abruf bereit zu stellen, mittels derer der Nutzer des Online Verlagsobjekts die erforderlichen Einstellungen vornehmen und ändern kann.
- 5.2 Die CMP muss bei dem Transparency & Consent Framework des IAB Europe mit aktivem Status zertifiziert sein.
- 5.3 Der Verlag verpflichtet sich, die verfolgten Zwecke der Gemeinsamen Verarbeitung inklusive Rechtsgrundlagen innerhalb der CMP abzubilden.

6. Spezifische Pflichten des Auftraggebers

- 6.1 Der Auftraggeber verpflichtet sich, den jeweiligen TCF Consentstring zu beachten.
- 6.2 Dieser wird von der jeweiligen CMP auf dem Online Verlagsobjekts des Verlags bereitgestellt, sodass dieser von dem Auftraggeber in Echtzeit ausgelesen und verarbeitet werden kann. Der Auftraggeber steht dafür ein, dass personenbezogene Daten des Nutzers nur verarbeitet werden, wenn jeweils nach diesem JCA eine gemeinsam festgelegte Rechtsgrundlage vorliegt und ein entsprechendes Signal an den Auftraggeber gesendet wurde. Entsprechendes gilt für das Abrufen bzw. Speichern von Informationen auf dem Endgerät des Nutzers.
- 6.3 Damit Vendorn IAB-konform und datenschutzkonform Nutzerdaten sammeln und verarbeiten können oder auf Informationen auf Endgeräten von Nutzern zugreifen wollen, müssen sie sich für die sogenannte „Global Vendor List“ (GVL) registrieren. Für die Registrierung müssen sie alle Verarbeitungszwecke (Purposes) angeben, für die sie möglicherweise Nutzerdaten verwenden. Der Auftraggeber steht dafür ein, dass sämtliche Vendorn, mit denen der Auftraggeber unter diesem JCA kooperiert, entsprechend registriert sind. Der Auftraggeber steht dafür ein, dass die Verarbeitung personenbezogener Daten des Nutzers durch den Vendorn ausschließlich im Einklang mit diesen Vorgaben erfolgt. Im Falle eines Verstoßes gegen diese Pflicht hat der Auftraggeber die BMG Gesellschaften von sämtlichen daraus resultierenden Schäden und sonstigen Ansprüchen Dritter (einschließlich etwaiger Bußgelder) freizustellen. Alle weiteren Rechte der BMG Gesellschaften bleiben unberührt.
- 6.4 Der Auftraggeber hält eine Liste der zum Einsatz kommenden Vendorn vor und stellt diese dem Verlag auf Nachfrage zur Verfügung.

7. Informationspflichten

- 7.1 Die Parteien verpflichten sich, dem jeweiligen Nutzer die gemäß Art. 13 und 14 DSGVO erforderlichen Informationen in präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache unentgeltlich zur Verfügung zu stellen, und zwar nach Maßgabe der nachfolgenden Regelungen dieser Ziff. 7.
- 7.2 Der jeweilige Objekt-Verantwortliche verpflichtet sich, die Nutzer des von ihm verantworteten Online Verlagsobjekts im Rahmen der Privacy Policy über Art, Umfang und Zweck der Gemeinsamen Verarbeitung personenbezogener Daten sowie ihre Rechte als betroffene Person gemäß Art. 13 DSGVO zu informieren. Ferner verpflichtet sich der jeweilige Objekt-Verantwortliche, den Nutzern des Online Verlagsobjekts die gemäß Art. 26 DSGVO erforderlichen Informationen zur Verfügung zu stellen.
- 7.3 Die Erfüllung der Verpflichtungen aus Art. 14 DSGVO obliegt dem Auftraggeber.

8. Betroffenenrechte

- 8.1 Betroffene Personen können die ihnen aus Art. 15 bis 22 DSGVO zustehenden Rechte gegenüber beiden Parteien geltend machen.
- 8.2 Die Parteien verpflichtet/n sich, der Auskunftspflicht gemäß Art. 15 DSGVO nachzukommen. Die Parteien verpflichten sich, den betroffenen Personen die diesen gemäß Art. 15 DSGVO zustehenden Auskünfte auf Nachfrage zur Verfügung zu stellen. Die Parteien stellen sich bei Bedarf die erforderlichen Informationen aus ihrem jeweiligen Wirkbereich gegenseitig zur Verfügung.
- 8.3 Soweit sich eine betroffene Person an eine der Parteien in Wahrnehmung ihrer Betroffenenrechte wendet, insbesondere wegen Auskunft oder Berichtigung und Löschung ihrer personenbezogenen Daten, verpflichten sich die Parteien, dieses Ersuchen unverzüglich unabhängig von der Pflicht zur Gewährleistung des Betroffenenrechtes an die anderen Parteien weiterzuleiten. Die empfangenden Parteien sind verpflichtet, der anfragenden Partei die zur Auskunftserteilung notwendigen Informationen aus ihrem Verantwortungsbereich unverzüglich zur Verfügung zu stellen.
- 8.4 Sollen personenbezogene Daten gelöscht werden, informieren sich die Parteien zuvor gegenseitig. Die jeweils anderen Parteien könne der Löschung aus berechtigtem Grund widersprechen, etwa sofern sie eine gesetzliche Aufbewahrungspflicht trifft.

9. Meldung gegenüber Behörden

- 9.1 Beiden Parteien obliegen die aus Art. 33, 34 DSGVO resultierenden Melde- und Benachrichtigungspflichten gegenüber der Aufsichtsbehörde und den von einer Verletzung des Schutzes personenbezogener Daten betroffenen Personen für ihren jeweiligen Wirkbereich.
- 9.2 Die Parteien informieren sich unverzüglich gegenseitig über die Meldung von Verletzungen des Schutzes personenbezogener Daten an die Aufsichtsbehörde und leiten sich die zur Durchführung der Meldung erforderlichen Informationen jeweils unverzüglich zu.

10. Dokumentation

- 10.1 Ist eine Datenschutz-Folgenabschätzung gemäß Art. 35 DSGVO erforderlich, unterstützen sich die Parteien gegenseitig.
- 10.2 Dokumentationen im Sinne von Art. 5 Abs. 2 DSGVO, die dem Nachweis der ordnungsgemäßen Datenverarbeitung dienen, werden durch jede Partei entsprechend den rechtlichen Befugnissen und Verpflichtungen über das Vertragsende hinaus aufbewahrt.
- 10.3 Die Parteien nehmen die Verarbeitungstätigkeiten in das Verzeichnis nach Art. 30 Abs. 1 DSGVO auf, auch und insbesondere mit einem Vermerk zur Natur des Verarbeitungsverfahrens in gemeinsamer oder alleiniger Verantwortung.

11. Technische und organisatorische Maßnahmen

- 11.1 Die Parteien stellen innerhalb ihres Verantwortungsbereiches sicher, dass alle mit der Datenverarbeitung befassten Mitarbeitenden die Vertraulichkeit der Daten gemäß den Artikeln 28 Abs. 3, 29 und 32 DSGVO für die Zeit ihrer Tätigkeit wie auch nach Beendigung des Beschäftigungsverhältnisses wahren und dass diese vor Aufnahme ihrer Tätigkeit entsprechend auf das Datengeheimnis verpflichtet sowie in die für sie relevanten Bestimmungen zum Datenschutz eingewiesen werden.

- 11.2 Die Parteien haben eigenständig dafür Sorge zu tragen, dass sie sämtliche in Bezug auf die Daten bestehenden gesetzlichen Aufbewahrungspflichten einhalten. Sie haben hierzu datenschutzfreundliche Voreinstellungen sowie unter Verwendung von dem Stand der Technik entsprechenden geeigneten technischen und organisatorischen Maßnahmen durchzuführen.

12. Datenübermittlung an Drittländer

- 12.1 Die Parteien verarbeiten personenbezogene Daten grundsätzlich innerhalb eines Mitgliedstaates der Europäischen Union („**EU**“) oder in einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum („**EWR**“).
- 12.2 Die Verarbeitung personenbezogener Daten in weiteren Ländern („**Drittländer**“) erfolgt ausschließlich unter Einhaltung der Voraussetzungen der Art. 44 ff. DSGVO.
- 12.3 Sofern personenbezogene Daten durch den Auftraggeber an ein Drittland übermittelt werden, hat der Auftraggeber insbesondere geeignete Garantien i. S. d. Art. 46 DSGVO vorzuweisen und des Nutzers durchsetzbare Rechte und wirksame Rechtsbehelfe zur Verfügung zu stellen.
- 12.4 Im Falle einer Drittlandsübermittlung durch den Auftraggeber unter Verstoß gegen die DSGVO oder sonst anwendbares Recht hat der Auftraggeber die BMG Gesellschaften von sämtlichen daraus resultierenden Schäden und sonstigen Ansprüchen Dritter (einschließlich etwaiger Bußgelder) freizustellen. Alle weiteren Rechte der BMG Gesellschaften bleiben unberührt.
- 13. **Haftung**
- 13.1 Die Haftung des Verlages richtet sich nach den Regelungen der Anzeigen AGB.
- 13.2 Die Haftungsregelungen der Anzeigen AGB gelten entsprechend für eine Haftung der Objekt-Verantwortlichen.
- 13.3 Die Haftung des Auftraggebers richtet sich nach dem anwendbaren Recht, soweit in diesem JCA nicht abweichend geregelt.

14. Inkrafttreten und Laufzeit

- 14.1 Dieses JCA tritt jeweils mit Beginn der Gemeinsamen Verarbeitung zwischen den Parteien in Kraft.
- 14.2 Dieses JCA endet automatisch mit Beendigung der Gemeinsamen Verarbeitung.

WEBSITE	ANBIETER
Autozeitung.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
initiative-bettertomorrow.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
bravo.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
COSMOPOLITAN.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
initiative-enjoy-life.de	Bauer Medical Health Experts KG
generationwow.de	Bauer Women KG
happinez.de	Heinrich Bauer Verlag KG
inTouch.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
LECKER.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
liebenswert-magazin.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
Männersache.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
PraxisVita	Bauer Medical Health Experts KG
TVMovie.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
selbst.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
wohndee.de	Heinrich Bauer Verlag KG
wunderweib.de	Bauer Xcel Media Deutschland KG
Adresse	Burchardstraße 11 20077 Hamburg