

## **Allgemeine Geschäftsbedingungen für Online-Werbung und digitale Medialeistungen der bbg Betriebsberatungs GmbH, Bayreuth**

**– nachfolgend „bbg“ –**

*Stand: Juni 2026*

### **§ 1 Geltungsbereich und Vertragsgrundlagen**

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für sämtliche Verträge über Online-Werbung und sonstige digitale Medialeistungen der bbg. Hierzu gehören insbesondere Werbeleistungen auf von bbg betriebenen oder vermarkteten Webseiten, digitalen Plattformen und Social-Media-Kanälen sowie in Newslettern und Mailings, insbesondere im Umfeld von AssCompact, DKM, DKM365, Jungmakler und FemSurance sowie sämtlichen weiteren von bbg betriebenen oder vermarkteten Marken, Formaten und Plattformen.
2. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten ausschließlich gegenüber Unternehmern im Sinne des § 14 BGB, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen.
3. Bestandteile des Vertrags sind insbesondere:
  - a) das individuelle Angebot oder die Buchungsbestätigung der bbg,
  - b) die zum Zeitpunkt der Buchung geltenden Online-Mediadaten,
  - c) die im Tool hinterlegten Produktbeschreibungen, Preise und technischen Vorgaben sowie
  - d) diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
4. Bei Widersprüchen gilt folgende Rangfolge:
  - a) individuelle Vereinbarung (in Textform von beiden Seiten bestätigt / angenommen),
  - b) Buchungsbestätigung oder angenommenes Angebot,
  - c) konkrete Produktbeschreibung im Tool oder in den Online-Mediadaten,
  - d) diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
5. Abweichende Geschäftsbedingungen oder sonstige vorformulierte Bedingungen des Auftraggebers gelten nur, wenn bbg ihrer Geltung ausdrücklich und gesondert in Textform zugestimmt hat. Die Annahme oder Bestätigung einer Bestellung, Buchung, Auftragsbestätigung oder sonstigen Erklärung des Auftraggebers gilt auch dann nicht als Zustimmung zu darin enthaltenen oder in Bezug genommenen Bedingungen. Insbesondere begründet die bloße Verwendung oder Bestätigung von Bestellnummern, Bestellformularen oder Einkaufsportalen des Auftraggebers keine Anerkennung seiner Bedingungen.
6. Im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bezeichnet:
  - a) „Tool“ die unter data.bbg-gruppe.de erreichbare Plattform der bbg,
  - b) „Auftraggeber“ den Vertragspartner der bbg,
  - c) „Agentur“ einen Auftraggeber, der Werbe- oder Medialeistungen für einen oder mehrere Dritte bucht,
  - d) „Endkunde“ den von einer Agentur benannten Werbetreibenden oder wirtschaftlichen Begünstigten der gebuchten Leistung,
  - e) „Werbeauftrag“ den Vertrag über eine oder mehrere digitale Werbe- oder Medialeistungen,
  - f) „Werbemittel“ sämtliche vom Auftraggeber bereitgestellten oder für ihn erstellten Texte, Bilder, Grafiken, Videos, Dokumente, Links und sonstigen Inhalte,
  - g) „Slot“ einen im Tool auswählbaren Zeitraum oder Platz für eine bestimmte Medialeistung,
  - h) „Werktage“ die Tage Montag bis Freitag mit Ausnahme der gesetzlichen Feiertage am Sitz der bbg in Bayern,
  - i) „Überlieferung“ eine über die gebuchte oder prognostizierte Menge hinausgehende Ausspielung, Empfängerzahl, Reichweite oder Zahl von Aufrufen,
  - j) „vertretbare Abweichung“ eine Abweichung von bis zu 7,5% gegenüber einer vereinbarten oder prognostizierten Menge,
  - k) „offensichtlicher Fehler“ einen für einen verständigen Auftraggeber erkennbaren Irrtum, insbesondere bei Preisen, Verfügbarkeiten, Platzierungen, Reichweiten oder Leistungsumfängen, und
  - l) „untypische Leistung“ eine Leistung, Platzierung, Ausspielung oder Preisgestaltung, die deutlich von den Online-Mediadaten, der üblichen Produktlogik oder dem erkennbaren wirtschaftlichen Zweck der Buchung abweicht.
7. Soweit in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen ein angemessener Bearbeitungszeitraum vorgesehen ist, beträgt dieser in der Regel bis zu fünf Werktagen. Abweichende produktbezogene oder ausdrücklich vereinbarte Fristen bleiben unberührt.

### **§ 2 Buchung und Vertragsschluss**

1. Die Darstellung von Produkten, Preisen, Slots und Verfügbarkeiten im Tool oder in den Online-Mediadaten stellt noch kein verbindliches Angebot der bbg dar.
2. Buchungen erfolgen ausschließlich:
  - a) über das Tool oder
  - b) durch Annahme eines von bbg übermittelten Angebots.

Abweichende Buchungswege sind nur zulässig, wenn bbg diese ausdrücklich genehmigt.
3. Der Auftraggeber gibt durch Abschluss des Buchungsvorgangs im Tool oder durch Annahme eines individuellen Angebots der bbg ein verbindliches Angebot zum Abschluss eines Werbeauftrags ab. Der Vertrag kommt durch eine Buchungs- oder Auftragsbestätigung der bbg im Tool, per E-Mail oder durch Beginn der Leistungserbringung zustande. Mündliche Auskünfte, Reservierungen oder Abstimmungen sind nur verbindlich, wenn sie von bbg in Textform bestätigt werden.
4. Die Buchung eines Slots ist verbindlich und blockiert entsprechende Kapazitäten. Eine bloße Reservierung liegt nur vor, wenn diese von bbg ausdrücklich als unverbindliche Reservierung bezeichnet wurde.
5. Jede Buchung gilt ausschließlich für:
  - a) den bei der Buchung benannten Auftraggeber,
  - b) den benannten Endkunden oder Werbetreibenden,
  - c) die benannte Kampagne oder das benannte Produkt und
  - d) den bestätigten Zeitraum und Leistungsumfang.
6. Die Übertragung, Weiterveräußerung oder Weitergabe einer Buchung oder eines Slots an einen anderen Auftraggeber, Endkunden oder Werbetreibenden bedarf der vorherigen Zustimmung der bbg in Textform. Gleiches gilt für:
  - a) den Austausch des Endkunden oder Werbetreibenden,
  - b) die Einbindung weiterer Werbetreibender oder Marken,
  - c) eine gemeinsame Werbung mehrerer Unternehmen,
  - d) die wirtschaftliche Nutzung einer Buchung durch einen nicht benannten Dritten sowie
  - e) eine wesentliche Änderung der ursprünglich gebuchten Kampagne.
7. bbg kann ihre Zustimmung nach Absatz 6 von einer Anpassung des Preises, des Rabatts, des Leistungsumfanges oder sonstiger Konditionen abhängig machen.
8. Offensichtliche Fehler im Tool, in den Online-Mediadaten, in einem Angebot oder in einer Buchungsbestätigung begründen keinen Anspruch auf Durchführung zu den fehlerhaften Konditionen oder auf Erbringung einer untypischen Leistung.
9. bbg kann eine von einem offensichtlichen Fehler betroffene Buchung korrigieren oder aufheben und dem Auftraggeber die zutreffenden Konditionen mitteilen. Nimmt der Auftraggeber diese nicht innerhalb der von bbg gesetzten Frist an, wird die betroffene Buchung aufgehoben. Bereits geleistete Zahlungen für die aufgehobene Leistung werden erstattet.

### § 3 Buchungen durch Agenturen und für Dritte

1. Buht eine Agentur für einen Endkunden, ist der Endkunde bei der Buchung vollständig und richtig anzugeben. Gleiches gilt für erforderliche Auftrags-, Bestell-, Projekt- oder Kampagnennummern.
2. Die Agentur wird selbst Vertragspartnerin und Zahlungsschuldnerin der bbg, sofern bbg nicht ausdrücklich in Textform bestätigt, dass der Endkunde unmittelbar Vertragspartner wird.
3. Die Adressierung einer Rechnung an den Endkunden oder einen anderen Dritten führt nicht zu einem Wechsel des Vertragspartners oder Zahlungsschuldners.
4. Die Agentur gewährleistet, dass sie:
  - a) zur Buchung der Leistung für den Endkunden berechtigt ist,
  - b) die erforderlichen Abstimmungen mit dem Endkunden durchgeführt hat,
  - c) wirksame Freigaben für den Endkunden erteilen darf,
  - d) zur Übermittlung und Nutzung der bereitgestellten Werbemittel berechtigt ist und
  - e) bbg alle für die Vertragsdurchführung erforderlichen Informationen und Rechte verschaffen darf.
5. Kann die Agentur die erforderliche Berechtigung oder Bevollmächtigung auf Verlangen der bbg nicht nachweisen, kann bbg die Leistung bis zur Klärung aussetzen oder den Auftrag aus wichtigem Grund kündigen.
6. Umstände aus dem Verhältnis zwischen Agentur und Endkunde berühren die Pflichten der Agentur gegenüber bbg nicht. Dies gilt insbesondere für:
  - a) fehlende oder verspätete Freigaben des Endkunden,
  - b) interne Abstimmungsprobleme,
  - c) Änderungen der Kampagnenplanung,
  - d) den Ausfall oder Wechsel von Ansprechpartnern,
  - e) die Stornierung durch den Endkunden,
  - f) Zahlungsverzögerungen oder Zahlungsausfälle des Endkunden sowie
  - g) fehlende, verspätete oder fehlerhafte Werbemittel des Endkunden.
7. Die Agentur trägt das Risiko der rechtzeitigen Abstimmung und Belieferung durch ihren Endkunden. Gesetzliche Ansprüche der Agentur gegenüber dem Endkunden bleiben unberührt.

### § 4 Leistungsumfang und Werbeformen

1. Art und Umfang der Leistung ergeben sich aus der Buchungsbestätigung, dem angenommenen Angebot, der Produktbeschreibung im Tool und den Online-Mediadaten.
2. Zu den möglichen Leistungen gehören insbesondere:
  - a) Website-Werbeformate wie Banner, Leaderboards, Sidebars, Medium Rectangles, Ad Slider, Content Banner, Interscroller, Sticky Floor und Header Ads,
  - b) Website- und Newsletter-Advertorials,
  - c) Newsletter-Werbung sowie Mailing 2.0 als Stand-alone-Newsletter,
  - d) Werbeleistungen im Umfeld von DKM und DKM365,
  - e) Social-Media-Leistungen, insbesondere auf LinkedIn sowie auf Plattformen von Meta, insbesondere Facebook und Instagram,
  - f) mobile Werbeformate sowie
  - g) weitere individuell vereinbarte digitale Medialeistungen.
3. Produktbezogene Laufzeiten, Ausspielungstage, Mindestbuchungszeiträume, Preise, Formate und technische Anforderungen ergeben sich aus der jeweiligen Produktbeschreibung.
4. Soweit nicht ausdrücklich eine bestimmte Platzierung, Rangfolge oder Exklusivität zugesagt wurde, entscheidet bbg über die konkrete technische und gestalterische Einbindung.
5. Bei rotierenden Werbeformaten kann die Anzeige nach dem Zufallsprinzip oder nach technischen Aussteuerungsregeln erfolgen. Eine bestimmte Rangfolge oder gleichmäßige Verteilung kann nur verlangt werden, wenn sie ausdrücklich vereinbart wurde.
6. Änderungen am Design, Aufbau oder technischen System der Webseiten, Newsletter, Mailings oder sonstigen Plattformen der bbg sind zulässig, sofern Position, Größe, Sichtbarkeit und wirtschaftlicher Wert des gebuchten Werbemittels nicht wesentlich verschlechtert werden. Eine erneute Freigabe des Auftraggebers ist hierfür nicht erforderlich.
7. bbg ist berechtigt, Werbemittel als Werbung zu kennzeichnen, insbesondere durch Bezeichnungen wie „Anzeige“, „Werbung“, „Advertorial“ oder „Sponsored“.
8. Ist dem Auftraggeber das Recht eingeräumt, einzelne Leistungen innerhalb eines bestimmten Rahmens abzurufen, müssen diese grundsätzlich innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen werden, sofern keine abweichende Frist vereinbart wurde.

### § 5 Nutzung des Tools und Mitwirkung des Auftraggebers

1. Das Tool ist das verbindliche System für die Abwicklung des Werbeauftrags.
2. Insbesondere folgende Handlungen sind ausschließlich über die dafür vorgesehenen Funktionen des Tools vorzunehmen:
  - a) Upload von Werbemitteln,
  - b) Übermittlung von Inhalten und Links,
  - c) Prüfung und Freigabe von Vorschauen,
  - d) Support-Anfragen,
  - e) Änderungs- und Verschiebungsanfragen sowie
  - f) Abruf von Reportings.
3. Eine Übermittlung per E-Mail, telefonisch oder über externe Dateiübertragungsdienste ist ausgeschlossen, sofern bbg nicht ausdrücklich einen anderen Übermittlungsweg genehmigt oder wegen einer vorübergehenden Nichtverfügbarkeit des Tools bestimmt.
4. Auf anderen Wegen übermittelte Inhalte, Änderungswünsche oder Freigaben muss bbg nicht berücksichtigen. Eine Kenntnisnahme durch einzelne Beschäftigte der bbg ersetzt die vorgeschriebene Eingabe im Tool nicht.
5. Der Auftraggeber ist für die interne Abstimmung sämtlicher beteiligter Personen und Unternehmen verantwortlich. Dies gilt insbesondere bei einer Zusammenarbeit mit Agenturen, Endkunden, Kreativagenturen, Grafikdienstleistern oder sonstigen Dritten.
6. bbg ist nicht verpflichtet, widersprüchliche, unvollständige oder über verschiedene Kommunikationswege verteilte Angaben zusammenzuführen oder aufzulösen.
7. Bei voneinander abweichenden Angaben ist ausschließlich die zuletzt vollständig im Tool übermittelte und von bbg bestätigte Fassung maßgeblich. Eine Änderung wird erst verbindlich, wenn sie von bbg bestätigt wurde.
8. Agenturen haben der bbg einen zentralen Ansprechpartner für die kaufmännische und organisatorische Abwicklung sowie für Support- und Prozessfragen zu benennen. Änderungen des Ansprechpartners sind der bbg unverzüglich mitzuteilen. Die Agentur bleibt für die interne Abstimmung aller beteiligten Personen verantwortlich.
9. Für jede Agentur wird grundsätzlich nur ein zentraler Agenturaccount eingerichtet. Dieser darf von mehreren durch die Agentur autorisierten Personen genutzt werden. Die Agentur ist für die interne Weitergabe und den Schutz der Zugangsdaten verantwortlich. Sämtliche über den Account vorgenommenen Buchungen, Uploads, Freigaben und Änderungen gelten als von der Agentur veranlasst, sofern sie nicht nachweist, dass eine unbefugte Nutzung trotz angemessener Schutzmaßnahmen erfolgt ist. Die Weitergabe des Accounts an Endkunden oder andere rechtlich selbstständige Dritte bedarf der vorherigen Zustimmung der bbg.
10. Der Auftraggeber ist verpflichtet, bei der Buchung vollständige und zutreffende Benutzer-, Unternehmens-, Rechnungs- und Auftragsdaten, insbesondere die Rechnungsanschrift und einen geeigneten elektronischen Rechnungsempfangsweg, anzugeben und aktuell zu halten. bbg ist berechtigt, Rechnungen auf Grundlage der zuletzt im Tool hinterlegten Rechnungsdaten über den dort angegebenen Empfangsweg zu übermitteln. Änderungen sind bbg rechtzeitig vor der Rechnungsstellung mitzuteilen. Verzögerungen und zusätzlicher Aufwand aufgrund unvollständiger, fehlerhafter oder verspätet aktualisierter Angaben gehen zulasten des Auftraggebers.
11. Anfragen, die über die gebuchte Leistung hinausgehen, wiederholt Sonderprozesse erfordern oder den vorgesehenen Ablauf erheblich beeinträchtigen, können von bbg abgelehnt, eingeschränkt oder nur gegen gesonderte Vergütung bearbeitet werden.

### § 6 Anlieferung der Werbemittel

1. Der Auftraggeber muss die Werbemittel innerhalb der im Tool, in der Produktbeschreibung oder in der Buchungsbestätigung angegebenen Frist bereitstellen. Fehlt eine besondere Frist, müssen die Werbemittel spätestens fünf Werktagen vor dem geplanten Ausspielungsbeginn vollständig vorliegen.
2. Verbindlich sind insbesondere die im Tool oder in den Online-Mediadaten genannten Vorgaben zu:
  - a) Dateiformat und Dateigröße,
  - b) Auflösung und Abmessungen,
  - c) Zeichen- und Textlängen,
  - d) Verlinkungen und Ziel-URLs,
  - e) Bild- und Videomaterial,
  - f) Impressums-, Urheber- und Fotonachweisen sowie
  - g) sonstigen technischen Anforderungen.
3. Über das Tool werden ausschließlich die dort ausdrücklich aufgeführten Dateiformate akzeptiert. Code, Skripte und sonstige codebasierte Werbemittel werden unabhängig von der verwendeten Programmier- oder Skriptsprache nicht angenommen, sofern bbg nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart. Dies gilt insbesondere, weil bei solchen Einreichungen die vollständige Übertragung eingebundener Ressourcen und die automatisierte Erstellung einer prüf- und freigabefähigen Vorschau nicht zuverlässig gewährleistet werden können. bbg ist nicht verpflichtet, nicht zugelassene Formate zu konvertieren, zu bearbeiten oder anderweitig technisch nutzbar zu machen.
4. Erst ein vollständiger und technisch verwertbarer Upload ermöglicht die Erstellung einer Vorschau und die anschließende Freigabe.
5. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Bearbeitungsstatus im Tool eigenständig zu verfolgen und auf dort bereitgestellte Hinweise oder Rückfragen innerhalb der gesetzten Frist zu reagieren.
6. Externe Tracking-Codes, Pixel, Skripte, Code-Snippets oder vergleichbare technische Komponenten des Auftraggebers dürfen nicht in die Systeme der bbg eingebunden oder dort ausgeführt werden. Trackingfähige Ziel-URLs, insbesondere URLs mit Kampagnenparametern oder Weiterleitungslinks, sind zulässig, sofern sie technisch funktionsfähig und rechtlich zulässig sind und keine Beeinträchtigung der Sicherheit oder Funktionsfähigkeit der Systeme der bbg erwarten lassen. Soweit erforderlich, ist zusätzlich ein statisches Werbemittel bereitzustellen.
7. Der Auftraggeber muss von den bereitgestellten Werbemitteln eigene Sicherungskopien vorhalten. bbg ist nicht verpflichtet, Werbemittel nach Abschluss des Auftrags dauerhaft zu archivieren oder zurückzugeben.

### § 7 Vorschau, Prüfung und Freigabe

1. Die Vorschau des Werbemittels wird im Tool bereitgestellt. Sie kann ganz oder teilweise automatisiert oder unter Einsatz künstlicher Intelligenz erstellt werden.
2. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Vorschau eigenständig und vollständig zu prüfen. Die Prüfung umfasst insbesondere:
  - a) Texte, Schreibweisen und Darstellungen,
  - b) Namen, Termine, Preise und sonstige Tatsachenangaben,
  - c) Bilder, Logos und Marken,
  - d) Verlinkungen und Zielseiten,
  - e) die Zuordnung zum richtigen Auftraggeber, Endkunden und Produkt,
  - f) rechtlich erforderliche Angaben und Kennzeichnungen sowie
  - g) die Übereinstimmung mit dem gewünschten Werbeauftrag.
3. Die Freigabe erfolgt ausschließlich im Tool. Mit der Freigabe bestätigt der Auftraggeber die inhaltliche und gestalterische Richtigkeit der Vorschau.
4. bbg ist nicht verpflichtet, ein Werbemittel ohne vollständige Freigabe auszuspielen.
5. Änderungen, die der Auftraggeber vor der Freigabe selbst über die dafür vorgesehenen Funktionen des Tools vornimmt, bleiben kostenfrei.
6. Änderungen, deren Umsetzung eine manuelle Bearbeitung durch bbg erfordert, sowie die Rücknahme oder erneute Öffnung einer bereits erteilten Freigabe bedürfen einer Anfrage über das Support-Formular des Tools und der ausdrücklichen Bestätigung durch bbg. Ein Anspruch auf Umsetzung besteht nicht.
7. Für einen von bbg bestätigten manuellen Änderungsvorgang kann bbg eine Bearbeitungspauschale von 200 Euro netto berechnen. Übersteigt der Änderungsumfang den für einen üblichen Änderungsvorgang zu erwartenden Aufwand wesentlich, kann bbg stattdessen nach dem tatsächlichen Zeitaufwand zu dem vorab mitgeteilten Stundensatz abrechnen. Änderungen bleiben kostenfrei, soweit sie zur Behebung eines von bbg verursachten Fehlers erforderlich sind. Ausdrücklich vereinbarte produktspezifische Freikorrekturen bleiben unberührt.
8. Änderungs- oder Verschiebungsanfragen müssen spätestens fünf Werktagen vor der geplanten Ausspielung vollständig über das Support-Formular des Tools eingehen.
9. Bei später eingehenden Anfragen besteht kein Anspruch auf:
  - a) Umsetzung der Änderung,
  - b) Verschiebung der Ausspielung,
  - c) Verhinderung der ursprünglich freigegebenen Ausspielung oder
  - d) Erstattung der vereinbarten Vergütung.
10. Verlangt der Auftraggeber, dass die ursprünglich freigegebene Leistung nicht ausgeführt wird, gelten die Regelungen zur Stornierung.
11. Bei einer Verschiebung kann bbg keinen bestimmten Ersatz- oder Wunschzeitpunkt garantieren. Der Ersatztermin richtet sich nach dem internen Ausspielungs- oder Mailingkalender, den verfügbaren Kapazitäten und den produktspezifischen Anforderungen.
12. Bei wiederholten Verschiebungen oder Änderungen bereits freigegebener Leistungen kann bbg weitere Änderungen ablehnen und auf der Durchführung zum zuletzt bestätigten Termin bestehen.

### § 8 Reichweiten, Empfängerzahlen und Ausspielung

1. Digitale Werbeleistungen werden grundsätzlich als feste Slots zu Festpreisen gebucht. Geschuldet ist die Bereitstellung der vereinbarten Platzierung im bestätigten Zeitraum oder zum bestätigten Ausspielungs- bzw. Versandtermin.
2. Soweit nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wurde, stellen Angaben zu Empfängerzahlen, Reichweiten, Ad Impressions, Aufrufen, Kontakten, Öffnungen oder Klicks ausschließlich Prognose- und Planungswerte dar. Eine bestimmte Mindestreichweite, Zahl von Aufrufen, Öffnungen, Klicks oder sonstigen Reaktionen wird nicht geschuldet.
3. Die Vergütung für einen gebuchten Slot hängt nicht von der tatsächlich erreichten Zahl an Empfängern, Reichweiten, Ad Impressions, Aufrufen, Kontakten, Öffnungen oder Klicks ab.
4. Angaben zu Newsletter-Verteilern und Empfängerzahlen beruhen auf dem zum Zeitpunkt der Buchung verfügbaren Datenbestand. Sie können sich insbesondere durch An- und Abmeldungen, unzustellbare E-Mail-Adressen, Sperrlisten, Zustellbeschränkungen und technische Bereinigungen verändern.
5. Bei Mailing 2.0 bestimmen sich Preis und Leistungsumfang, soweit nicht abweichend vereinbart, nach der zum Zeitpunkt der Buchung zugrunde gelegten Empfängerzahl sowie den gebuchten Schwerpunkten oder Zielgruppen. Eine bestimmte tatsächliche Empfängerzahl oder Zusammensetzung des Verteilers zum Versandtermin ist nur geschuldet, wenn sie ausdrücklich als garantiert vereinbart wurde.
6. Abweichungen der tatsächlichen Empfängerzahl von bis zu 7,5 % gegenüber der bei der Buchung zugrunde gelegten Empfängerzahl begründen keinen Anspruch auf Preisminderung, Nachlieferung oder sonstigen Ausgleich. Ausdrücklich garantierte Empfängerzahlen bleiben hiervon unberührt.
7. Übersteigt die tatsächliche Empfängerzahl oder Reichweite die bei der Buchung zugrunde gelegte Menge, erfolgt keine nachträgliche Erhöhung des vereinbarten Preises.
8. Bei langfristigen Vorabbuchungen können sich Verteilergrößen, Nutzerstrukturen, thematische Schwerpunkte und Reichweiten bis zum Ausspielungs- oder Versandtermin verändern.
9. Eine Verschiebung von Mailing 2.0 bedarf der vorherigen Zustimmung der bbg. Ein Anspruch auf einen bestimmten Ersatz- oder Wunschzeitpunkt besteht nicht. Bei einer vom Auftraggeber gewünschten und von bbg genehmigten Verschiebung können die ursprünglich zugrunde gelegte Empfängerzahl, Zusammensetzung des Verteilers und Zielgruppenstruktur zum Ersatztermin nicht garantiert werden. Die Toleranzgrenze nach Absatz 6 gilt in diesem Fall nicht; maßgeblich sind die von bbg für den Ersatztermin mitgeteilten Werte, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wird.

### § 9 Reporting

1. Reportings werden ausschließlich im Tool bereitgestellt und nicht zusätzlich per E-Mail versendet.
2. Die Bereitstellung erfolgt in der Regel innerhalb von fünf Werktagen nach Abschluss der Ausspielung oder nach technischer Verfügbarkeit der Daten.
3. Ein Anspruch auf zusätzliche oder individuell aufbereitete Reportings besteht nicht. Dies gilt insbesondere für:
  - a) PDF-Reportings,
  - b) Excel-Dateien,
  - c) Rohdaten,
  - d) Brevo-Exporte sowie
  - e) individuell erstellte Auswertungen.
4. Für Reporting und Abrechnung sind die Messsysteme der bbg maßgeblich, sofern deren Ergebnisse nicht offensichtlich fehlerhaft sind.
5. Unterschiede zu Messungen des Auftraggebers oder Dritter begründen allein keinen Mangel.
6. Ein Anspruch auf Herausgabe von Empfängeradressen, personenbezogenen Nutzerdaten, Einzelprofilen oder sonstigen Daten aus den Verteilern oder Datenbanken der bbg besteht nicht.

### § 10 Ablehnung, Sperrung und Änderung von Werbemitteln

1. bbg kann Werbeaufträge oder einzelne Werbemittel ablehnen, sperren oder entfernen, wenn:
  - a) deren Inhalt oder Gestaltung gegen gesetzliche, behördliche oder regulatorische Vorgaben verstößt,
  - b) Rechte Dritter verletzt werden können,
  - c) Inhalte irreführend, diskriminierend, sittenwidrig oder für die angesprochene Zielgruppe ungeeignet sind,
  - d) die technische Sicherheit oder Funktionsfähigkeit der Systeme der bbg gefährdet wird,
  - e) die redaktionelle Unabhängigkeit, Reputation oder berechtigten geschäftlichen Interessen der bbg erheblich beeinträchtigt werden oder
  - f) Inhalt, Herkunft oder technische Form der Veröffentlichung für bbg aus anderen sachlich gerechtfertigten Gründen unzumutbar sind.
2. Der Auftraggeber darf eine freigegebene Ziel-URL oder die dort abrufbaren Inhalte nicht nachträglich so verändern, dass:
  - a) ein anderer Endkunde oder Werbetreibender beworben wird,
  - b) ein anderes Produkt oder eine wesentlich andere Leistung beworben wird,
  - c) weitere Marken oder Werbetreibende einbezogen werden,
  - d) der wirtschaftliche Zweck der Kampagne wesentlich verändert wird,
  - e) eine andere Datenerhebung oder Leadgenerierung erfolgt oder
  - f) ein Ablehnungsgrund nach Absatz 1 entsteht.
3. Eine wesentliche Änderung der Zielseite oder des Kampagnenzwecks bedarf der vorherigen Zustimmung der bbg in Textform.
4. bbg kann eine Ausspielung vorübergehend sperren, wenn konkrete Anhaltspunkte für eine unzulässige oder nicht genehmigte Änderung bestehen.
5. bbg informiert den Auftraggeber über die Ablehnung, Sperrung oder Entfernung, soweit dies rechtlich und tatsächlich möglich ist. Der Auftraggeber muss unverzüglich ein geeignetes Ersatzwerbemittel oder eine geeignete Ziel-URL bereitstellen.
6. Die durch eine vom Auftraggeber zu vertretende Ablehnung, Sperrung oder Nachbearbeitung entstehenden Mehrkosten trägt der Auftraggeber.
7. Stellt der Auftraggeber nicht rechtzeitig eine geeignete Ersatzleistung bereit, gelten die Regelungen zur vom Auftraggeber verursachten Nichtdurchführung.

### § 11 Rechtliche Verantwortung, Nutzungsrechte und KI-Inhalte

1. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für Inhalt, Richtigkeit und rechtliche Zulässigkeit der von ihm bereitgestellten und freigegebenen Werbemittel.
2. Der Auftraggeber gewährleistet insbesondere, dass:
  - a) er über sämtliche erforderlichen Urheber-, Marken-, Persönlichkeits-, Leistungsschutz- und sonstigen Nutzungsrechte verfügt,
  - b) die Werbemittel nicht gegen wettbewerbsrechtliche, datenschutzrechtliche, medienrechtliche oder branchenspezifische Vorgaben verstoßen,
  - c) Tatsachenbehauptungen und Leistungsversprechen zutreffend und belegbar sind,
  - d) alle erforderlichen Pflichtangaben, Quellen, Urheber- und Fotonachweise vollständig vorliegen und
  - e) erforderliche Zustimmungen abgebildeter oder genannter Personen eingeholt wurden.
3. Urheber- oder Fotonachweise müssen entsprechend den technischen Vorgaben der bbg bereits im Werbemittel enthalten oder in dem dafür vorgesehenen Feld des Tools vollständig hinterlegt sein. bbg ist nicht verpflichtet, fehlende Nachweise zu recherchieren, zu ergänzen oder nachträglich einzubauen.
4. Für Werbemittel, die ganz oder teilweise mithilfe künstlicher Intelligenz erstellt oder verändert wurden, gelten die vorstehenden Pflichten uneingeschränkt. Der Auftraggeber prüft insbesondere, ob Rechte Dritter verletzt werden, Personen, Marken, Produkte oder Tatsachen korrekt wiedergegeben werden, gesetzliche Kennzeichnungs-, Transparenz- oder Informationspflichten eingehalten werden und der Inhalt nicht irreführend oder anderweitig rechtswidrig ist.
5. Automatisch oder durch künstliche Intelligenz erzeugte Vorschläge, Texte, Layouts oder Vorschauen der bbg stellen lediglich eine technische Unterstützung dar und sind vom Auftraggeber vor der Freigabe eigenständig zu prüfen.
6. Mit der Freigabe übernimmt der Auftraggeber die Verantwortung für die Richtigkeit und Zulässigkeit des freigegebenen Inhalts, soweit ein Fehler nicht ausschließlich von bbg verursacht wurde und für den Auftraggeber bei ordnungsgemäßer Prüfung nicht erkennbar war.
7. Der Auftraggeber räumt bbg die für die Vertragsdurchführung erforderlichen, nicht ausschließlichen, räumlich unbeschränkten und für die Dauer des Werbeauftrags geltenden Nutzungsrechte ein.
8. Die Rechteinräumung umfasst insbesondere das Recht zur:
  - a) Vervielfältigung,
  - b) technischen Bearbeitung und Formatierung,
  - c) Veröffentlichung und Verbreitung,
  - d) öffentlichen Zugänglichmachung sowie
  - e) Übertragung in den vereinbarten Medien und technischen Verfahren.
9. bbg darf geringfügige technische Anpassungen vornehmen, soweit Inhalt und Aussage des Werbemittels dadurch nicht wesentlich verändert werden.
10. bbg darf veröffentlichte Werbemittel als Referenz für eigene Vertriebs- und Präsentationszwecke verwenden, sofern der Auftraggeber dem nicht vor Beginn der Ausspielung in Textform widerspricht.
11. Der Auftraggeber stellt bbg von berechtigten Ansprüchen Dritter frei, die aufgrund von ihm zu vertretender Verletzungen der vorstehenden Pflichten entstehen. Die Freistellung umfasst auch die erforderlichen und angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung.
12. Erstellt bbg im Rahmen des Werbeauftrags eigene Texte, Grafiken, Layouts, Bilder, Audio- oder Videoinhalte, Advertorials oder sonstige Inhalte oder bearbeitet sie wesentlich kreativ, verbleiben die bbg oder ihren Rechtegebern daran zustehenden Nutzungs- und Leistungsschutzrechte bei diesen.
13. Der Auftraggeber erhält hieran ausschließlich ein einfaches, nicht übertragbares und auf die konkret gebuchte Maßnahme, die vereinbarten Kanäle und den vereinbarten Zeitraum beschränktes Nutzungsrecht. Jede darüber hinausgehende Nutzung, insbesondere die Bearbeitung, Weitergabe, Veröffentlichung auf anderen Kanälen oder Verwendung für andere Kampagnen, bedarf der vorherigen Zustimmung der bbg in Textform.
14. Soweit keine dauerhafte Veröffentlichung vereinbart wurde, kann bbg die Inhalte nach Ablauf des vereinbarten Veröffentlichungszeitraums deaktivieren, archivieren oder entfernen. Rechte an vom Auftraggeber bereitgestellten Bestandteilen bleiben unberührt.

### § 12 Agenturrabatte und zusätzlicher Aufwand

1. Ein Agenturrabatt wird nur gewährt, wenn er ausdrücklich vereinbart oder in der Buchungsbestätigung ausgewiesen wurde. Ein Anspruch auf Gewährung eines Agenturrabatts besteht nicht.
2. Voraussetzung eines Agenturrabatts ist grundsätzlich, dass die Agentur:
  - a) nach außen erkennbar und tatsächlich gewerblich als Werbe- oder Mediaagentur für Dritte tätig ist und dies bbg auf Verlangen in geeigneter Form nachweist,
  - b) im eigenen Namen bucht,
  - c) selbst Vertragspartnerin und Zahlungsschuldnerin wird,
  - d) die vollständige Abstimmung mit dem Endkunden übernimmt,
  - e) Werbemittel, Angaben, Änderungen und Freigaben gebündelt und prozesskonform bereitstellt und
  - f) gegenüber bbg die kaufmännische und organisatorische Abwicklung des Auftrags übernimmt.

- Die bloße Weiterleitung von Rechnungen, Werbemitteln, E-Mails oder Freigaben ohne eigene Koordinationsleistung begründet keinen Anspruch auf einen Agenturrabatt. Der Agenturrabatt ist ausschließlich ein Preisnachlass und keine Provision für eine Handelsvertretung, Vermittlung oder Tätigkeit im Namen der bbg.
- Agenturrabatte, Mengenrabatte, Sonderkonditionen und sonstige Preisnachlässe sind nicht automatisch miteinander kombinierbar.
- Umsätze unterschiedlicher Agenturen, rechtlich selbstständiger Unternehmen, Auftraggeber oder Abrechnungszeiträume werden für die Berechnung eines Rabatts nur zusammengefasst, wenn dies ausdrücklich vereinbart wurde.
- Werden die Voraussetzungen eines vereinbarten Rabatts nicht oder nachträglich nicht mehr erfüllt, kann bbg den Preis für die betroffenen Leistungen nach den tatsächlich erfüllten Rabattvoraussetzungen neu berechnen.
- Verursacht der Auftraggeber trotz vorherigen Hinweises wiederholt zusätzlichen Bearbeitungsaufwand, insbesondere durch:
  - Anlieferung außerhalb des Tools,
  - unvollständige oder technisch ungeeignete Werbemittel,
  - widersprüchliche oder verteilte Änderungsanweisungen,
  - wiederholte Änderungen bereits freigegebener Leistungen,
  - wiederholte Verschiebungen oder
  - Missachtung verbindlicher Prozesse,kann bbg alternativ:
  - den nachweisbaren zusätzlichen Bearbeitungsaufwand gesondert berechnen oder
  - einen für den betroffenen Auftrag gewährten Agenturrabatt um bis zu zehn Prozentpunkte reduzieren.
- bbg wird den Auftraggeber grundsätzlich vor Entstehung weiterer Kosten oder vor Reduzierung des Agenturrabatts auf den Prozessverstoß und die möglichen Folgen hinweisen.

### § 13 Vergütung und Rechnungsstellung

- Es gelten die in der Buchungsbestätigung, im angenommenen Angebot oder im Tool ausgewiesenen Preise. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer.
- Die Rechnungsstellung erfolgt entsprechend der Buchungsbestätigung oder dem Angebot, insbesondere nach Buchung, nach Ausspielung oder monatlich zum Monatsende.
- Abweichende Abrechnungszeiträume können produktbezogen vereinbart werden.
- Die Zahlungsfrist ergibt sich aus der jeweiligen Rechnung.
- Wird die Rechnung auf Wunsch des Auftraggebers an einen Dritten adressiert, bleibt der Auftraggeber Zahlungsschuldner, sofern nicht ausdrücklich eine Schuldübernahme vereinbart wurde.
- Aufrechnungs- und Zurückbehaltungsrechte stehen dem Auftraggeber nur wegen unbestrittener oder rechtskräftig festgestellter Forderungen zu. Das Zurückbehaltungsrecht wegen Ansprüchen aus demselben Vertragsverhältnis bleibt unberührt.

### § 14 Stornierung, Nichtdurchführung und Kündigung

- Soweit keine abweichende produktbezogene Regelung vereinbart wurde, kann der Auftraggeber einen Werbeauftrag vor dem ersten vereinbarten Leistungs- oder Ausspielungstermin stornieren.
- Maßgeblich ist der Zeitpunkt des Eingangs der vollständigen Stornierungserklärung bei bbg. bbg kann folgende Stornierungspauschalen bezogen auf die Nettovergütung der betroffenen Leistung berechnen:
  - bei Eingang mehr als 30 Kalendertage vor dem ersten vereinbarten Leistungs- oder Ausspielungstermin: keine Stornierungspauschale,
  - bei Eingang 30 bis 8 Kalendertage vorher: 50 %,
  - bei Eingang 7 Kalendertage oder weniger vorher: 100 %.
- Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis gestattet, dass bbg kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist.
- Bereits erbrachte Leistungen sowie von bbg bereits verbindlich beauftragte und nicht mehr stornierbare Fremdleistungen werden vollständig berechnet. Eine doppelte Berechnung derselben Leistungsanteile erfolgt nicht.
- Laufende, auf unbestimmte Zeit gebuchte Leistungen können mit einer Frist von 14 Kalendertagen zum Monatsende gekündigt werden. Bei vereinbarter Mindestlaufzeit ist eine ordentliche Kündigung erstmals zum Ablauf der Mindestlaufzeit zulässig.
- Die Stornierung oder Änderung eines Auftrags durch einen Endkunden im Verhältnis zu einer Agentur gilt nicht als Stornierung gegenüber bbg.
- Besteht ein Auftrag aus mehreren Leistungen oder Schaltungen und wurde hierfür ein Mengen-, Paket- oder Gesamtrabatt gewährt, wird der Rabatt bei einer Teilstornierung anhand des tatsächlich verbleibenden Auftragsvolumens neu berechnet.
- Kann eine Leistung wegen verspäteter, unvollständiger oder fehlerhafter Anlieferung, fehlender Freigabe oder aus einem anderen vom Auftraggeber zu vertretenden Grund nicht vertragsgemäß durchgeführt werden, gelten die Stornierungspauschalen entsprechend. Dies gilt unabhängig davon, ob der Auftraggeber den Werbeauftrag ausdrücklich storniert hat. Maßgeblich ist der Zeitpunkt, zu dem die vertragsgemäße Durchführung nicht mehr möglich ist.
- bbg kann den Vertrag aus wichtigem Grund fristlos kündigen oder einzelne Leistungen sperren. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn der Auftraggeber:
  - trotz Fälligkeit und Mahnung nicht zahlt,
  - das Tool missbräuchlich nutzt,
  - wiederholt gegen wesentliche Prozess- oder Mitwirkungspflichten verstößt,
  - rechtswidrige Inhalte bereitstellt,
  - unberechtigt für einen Dritten bucht oder
  - die technische Sicherheit der Systeme gefährdet.
- Bereits entstandene Vergütungs- und Schadensersatzansprüche bleiben von einer Kündigung unberührt.

### § 15 Technische Leistungsstörungen und höhere Gewalt

- bbg erbringt die Leistungen nach dem zum Leistungszeitpunkt üblichen technischen Standard. Eine jederzeit vollständig fehlerfreie, unterbrechungsfreie und auf sämtlichen Endgeräten identische Darstellung kann nicht gewährleistet werden.
- Keine wesentliche Leistungsstörung liegt insbesondere vor bei geringfügigen Abweichungen, die durch:
  - Browser, Endgerät, Bildschirmgröße oder Betriebssystem,
  - Einstellungen oder technische Systeme des Nutzers,
  - Adblocker, Sicherheitssysteme oder Spamfilter,
  - Kommunikationsnetze, Provider oder Plattformbetreiber oder
  - technisch erforderliche Format- oder Darstellungsanpassungenverursacht werden.
- Bei einer wesentlichen, von bbg zu vertretenden Leistungsstörung kann bbg nach eigener Wahl:
  - die Ausspielung verlängern,
  - eine Ersatzleistung erbringen oder
  - die Vergütung für den betroffenen Leistungsteil angemessen reduzieren.
- Bei einem Ausfall oder bei ungeplanten Wartungsarbeiten von insgesamt mehr als 10 % des gebuchten Ausspielungszeitraums wird bbg eine angemessene Ersatzleistung oder anteilige Gutschrift gewähren.
- bbg haftet nicht für Verzögerungen oder Ausfälle, die auf Ereignissen außerhalb ihres zumutbaren Einflussbereichs beruhen. Hierzu gehören insbesondere:
  - höhere Gewalt,
  - Arbeitskämpfe,
  - behördliche Maßnahmen,
  - gesetzliche Änderungen,
  - Cyberangriffe trotz angemessener Schutzmaßnahmen sowie
  - Ausfälle von Providern, Netzbetreibern, Versanddienstleistern oder Plattformen Dritter.
- Dauert eine solche Störung nur vorübergehend an, verschieben sich die Leistungsfristen angemessen.

7. Wird die Leistung dauerhaft unmöglich oder wirtschaftlich unzumutbar, kann jede Partei den betroffenen Leistungsteil kündigen. Bereits gezahlte Vergütung für endgültig nicht erbrachte Leistungen wird erstattet.
8. Offensichtliche Mängel sind unverzüglich, spätestens innerhalb von fünf Werktagen nach Ausspielung oder Bereitstellung des Reportings, über das Support-Formular des Tools zu melden.
9. Unterbleibt eine rechtzeitige Meldung und hätte bbg den Mangel bei rechtzeitiger Anzeige beheben oder mindern können, sind hierauf beruhende Ansprüche ausgeschlossen.

#### **§ 16 Haftung**

1. bbg haftet unbeschränkt:
  - a) bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit,
  - b) bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit,
  - c) nach dem Produkthaftungsgesetz,
  - d) bei arglistigem Verschweigen eines Mangels sowie
  - e) im Umfang einer ausdrücklich übernommenen Garantie.
2. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet bbg nur bei Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht. Wesentliche Vertragspflichten sind solche Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf.
3. In den Fällen einfacher Fahrlässigkeit ist die Haftung auf den bei Vertragsschluss vorhersehbaren und vertragstypischen Schaden begrenzt.
4. Soweit gesetzlich zulässig, haftet bbg nicht für mittelbare Schäden, Folgeschäden oder entgangenen Gewinn, sofern diese nicht zum vorhersehbaren vertragstypischen Schaden gehören.
5. bbg haftet nicht für Schäden, soweit diese auf dem Inhalt, der rechtlichen Unzulässigkeit, der technischen Beschaffenheit oder der Fehlerhaftigkeit von Angaben, Werbemitteln, Zielseiten oder technischen Komponenten beruhen, die vom Auftraggeber oder von ihm beauftragten Dritten bereitgestellt wurden.
6. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten entsprechend zugunsten der gesetzlichen Vertreter, Beschäftigten und Erfüllungsgehilfen der bbg.

#### **§ 17 Datenschutz**

1. Die Vertragsdurchführung erfolgt unter Beachtung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Ergänzend gelten die jeweils aktuellen Datenschutzhinweise der bbg und des Tools.
2. Soweit die Parteien personenbezogene Daten jeweils für eigene Zwecke und mit eigenen Entscheidungsspielräumen verarbeiten, handeln sie datenschutzrechtlich jeweils in eigener Verantwortlichkeit.
3. Verarbeitet bbg personenbezogene Daten ausschließlich im Auftrag und nach Weisung des Auftraggebers, schließen die Parteien vor Beginn der Verarbeitung eine gesonderte Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung.
4. Der Auftraggeber gewährleistet, dass personenbezogene Daten, die er bbg zur Verfügung stellt, rechtmäßig erhoben wurden und für den vereinbarten Zweck verarbeitet werden dürfen.
5. Der Auftraggeber ist insbesondere für erforderliche Einwilligungen, Informationen und sonstige Rechtsgrundlagen verantwortlich.
6. Die Buchung einer Werbeleistung in einem Verteiler der bbg begründet keinen Anspruch des Auftraggebers auf Zugriff auf die zugrunde liegenden personenbezogenen Daten.

#### **§ 18 Schlussbestimmungen**

1. Individuelle Vereinbarungen haben Vorrang vor diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Änderungen und Ergänzungen sollen aus Gründen der Nachweisbarkeit in Textform erfolgen.
2. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
3. Ist der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist ausschließlicher Gerichtsstand Bayreuth. bbg bleibt berechtigt, den Auftraggeber auch an seinem allgemeinen Gerichtsstand zu verklagen.
4. Sollte eine Bestimmung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, bleiben die übrigen Bestimmungen wirksam. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung treten die gesetzlichen Vorschriften.