

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Online-Werbung

AGB mobile.de Advertising:

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Online-Werbung

## 1. Gegenstand und Geltungsbereich

1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) gelten für alle Geschäftsbeziehungen zwischen der mobile.de GmbH, Marktplatz 1, D-14532 Europarc Dreilinden („mobile.de“) und Werbetreibenden oder Werbeagenturen („Kunden“) betreffend die Erbringung von Online-Marketingleistungen („Online-Werbung“) und zugehörigen Leistungen durch mobile.de.

mobile.de ist zuständig für die Vermarktung der folgenden Websites und mobilen Angebote:

- [www.mobile.de](http://www.mobile.de)
- [www.automobile.fr](http://www.automobile.fr)

(einschließlich aller dazugehörigen Internetseiten die „mobile-Websites“)

sowie

- [www.ebay-kleinanzeigen.de](http://www.ebay-kleinanzeigen.de)

(einschließlich aller dazugehörigen Internetseiten die „eBay Kleinanzeigen-Website(s)“)

und

- [www.motor-talk.de](http://www.motor-talk.de)
- [www.motortalk.net](http://www.motortalk.net)
- [www.motortests.de](http://www.motortests.de)
- [www.motorblogs.de](http://www.motorblogs.de)
- [www.motorbasar.de](http://www.motorbasar.de)
- [www.motoragent.de](http://www.motoragent.de)
- [www.motorpanorama.de](http://www.motorpanorama.de)
- [www.carfacto.de](http://www.carfacto.de)

(einschließlich aller dazugehörigen Internetseiten die „MOTOR-TALK-Website und dazugehörige Websites“) sowie für die Vermarktung der mobilen Angebote, soweit verfügbar:

- m.mobile-Portal mobile.de
- mobile.de-iPhone App

- mobile.de-iPad App
- mobile.de-Android App
- MOTOR-TALK iPhone App
- MOTOR-TALK Android App

(die „mobile.de Mobilen Angebote“).

- m.ebay-kleinanzeigen.de (Mobil-Portal ebay-kleinanzeigen.de)
- eBay Kleinanzeigen Android App
- eBay Kleinanzeigen iPhone App

(die „eBay Kleinanzeigen Mobilen Angebote“)

(die mobile.de Mobilen Angebote und die eBay Kleinanzeigen Mobilen Angebote werden nachfolgend zusammen nur „Mobile Angebote“ genannt)

Darüber hinaus vermarktet mobile.de im Rahmen des sog. "Motors Marketing Suite" Programms auch Online-Werbung auf bestimmten von Dritten angebotenen Websites und mobilen Angeboten (das "Fremdinventar").

mobile.de verantwortet die lokale Betreuung und Beratung von Kunden und die Umsetzung der von Kunden gebuchten Online-Werbung auf bzw. im Zusammenhang mit den mobile-, ebay Kleinanzeigen- sowie MOTOR-TALK- und dazugehörigen Websites sowie den Mobilen Angeboten einschließlich Sonderwerbformen (wie „Partnerportale“, „Content Specials“ u.a.) und der den Nutzern dieser Websites zur Verfügung stehenden e-mail-Newsletter sowie dem Fremdinventar (zusammen der „Werberaum“).

1.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen oder sonstige allgemeine Vertragsbedingungen des Kunden oder Dritter haben keine Gültigkeit, auch wenn mobile.de ihnen im Einzelfall nicht ausdrücklich widerspricht.

## 2. Vertragsschluss

2.1 Ein Vertrag zwischen mobile.de und dem Kunden über die Erbringung von Leistungen im Bereich der Online-Werbung inkl. Sonderwerbformen und ggf. zugehörige Leistungen kommt dadurch zustande, dass mobile.de ein schriftliches Angebot des Kunden, das dieser auf Basis eines stets unverbindlichen Vorschlags von mobile.de abgibt, annimmt („Einzelvertrag“). Die Erklärung der Annahme muss dem Kunden nicht zugehen. Aus dem konkreten Einzelvertrag ergeben sich der jeweilige Leistungsumfang und die auf die Umstände des jeweiligen Einzelfalles abgestimmten Vertragsbedingungen. Soweit die Regelung eines solchen Einzelvertrages von denen der vorliegenden AGB abweichen, gehen die Regelungen des Einzelvertrages vor.

2.2 Ist der Kunde eine Werbeagentur, schließt mobile.de den Vertrag mit dieser nur dann ab, wenn der Werbetreibende, für den die Werbeagentur die Online-Werbung bei mobile.de schaltet, namentlich benannt wird. Dasselbe gilt, wenn der Kunde den Vertrag mit mobile.de über einen nicht im eigenen Namen handelnden Werbemittler

abschließen will. mobile.de ist in jedem Fall berechtigt, von der Werbeagentur oder dem Werbemittler einen Nachweis über ihre bzw. seine Beauftragung zu verlangen.

2.3 Für den Fall, dass mobile.de ein Angebot eines Kunden auf Abschluss eines Vertrages über Online-Werbung ablehnt, wird mobile.de dies dem jeweiligen Kunden unverzüglich mitteilen.

2.4 Stornierungen bedürfen mindestens der Textform. Geht eine Stornierung unmittelbar vor oder nach Schaltungsbeginn ein, wird mobile.de unverzüglich, im Regelfall innerhalb von 72 Stunden, nach Eingang der Stornierung die Schaltung der Online-Werbung stoppen bzw. beenden. Eine Stornierung bis zu zwei Wochen vor Schaltungsbeginn ist kostenfrei möglich. Als Schaltungsbeginn gilt der Tag, an dem die Kampagne erstmals geschaltet wird. Bei einer kurzfristigeren Stornierung oder einer Stornierung nach Schaltungsbeginn ist mobile.de berechtigt, folgende Kosten in Rechnung zu stellen:

a) Bei einer Stornierung weniger als 2 Wochen vor Schaltungsbeginn 30 % des Netto-Rechnungsbetrags.

b) Bei einer Stornierung nach Schaltungsbeginn 50 % des Netto-Rechnungsbetrags, der zum Zeitpunkt der Beendigung der Schaltung der Online-Werbung noch aussteht. Daneben wird der Preis für die bereits geschaltete Online-Werbung in Rechnung gestellt. Dabei wird gegebenenfalls der für das geringere Volumen geltende Rabattsatz (vgl. Ziffer 6) zugrunde gelegt.

2.5 mobile.de nimmt im Regelfall Aufträge für Online-Werbung nur ab einem Mindestbuchungsvolumen von 3.500 EUR Netto-Rechnungsbetrag an.

### 3. Pflichten des Kunden

3.1 Der Kunde hat die für die Durchführung der Online-Werbung und ggf. zugehörigen Leistungen notwendigen Informationen, Daten, Dateien, Inhalte und sonstigen Materialien (zusammen „Werbematerial“) inklusive Verlinkungen des Werbematerials auf andere Websites auf ihre Rechtmäßigkeit zu überprüfen und übernimmt für das zur Veröffentlichung zur Verfügung gestellte Werbematerial die alleinige Verantwortung für dessen Rechtmäßigkeit.

3.2 Der Kunde ist verpflichtet, das Werbematerial so zu gestalten, dass es nicht gegen gesetzliche Bestimmungen, behördliche Verbote oder die guten Sitten verstößt. Der Kunde wird insbesondere kein Werbematerial liefern, welches

- pornografischen Inhalt im Sinne vom § 184 StGB enthält,
- ein unzulässiges Angebot im Sinne des § 4 JMStV darstellt,
- ein entwicklungsbeeinträchtigendes Angebot im Sinne des § 5 JMStV darstellt,
- Propagandamittel (§ 86 StGB) oder Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen (§ 86a StGB) enthält,

- volksverhetzende oder gewaltverherrlichende Darstellungen im Sinne der §§ 130, 131 StGB enthält,
- zum Rassenhass aufstachelt, den Krieg verherrlicht oder für eine terroristische Vereinigung wirbt,
- zu einer Straftat auffordert (§ 130a StGB),
- ehrverletzende Äußerungen oder Darstellungen enthält,
- wettbewerbswidrig ist,
- Viren, Trojaner, Spyware oder sonstige Schadprogramme enthält,
- sonstige rechtswidrige Inhalte enthält oder allgemein geeignet ist, das Ansehen von mobile.de oder einem mit mobile.de i.S.d. §§ 15 ff. AktG verbundenen Unternehmen („Verbundene Unternehmen“; beispielsweise die eBay Kleinanzeigen GmbH) zu beeinträchtigen.

3.3 Der Kunde trägt dafür Sorge und versichert, dass das von ihm überlassene Werbematerial frei von Rechten Dritter ist, die einer vertragsgemäßen Nutzung entgegenstehen, und auch sonst keine Rechte Dritter, insbesondere keine Marken-, Patent- oder Urheberrechte verletzt. Dies bezieht sich insbesondere darauf, dass ihm die nach diesem Vertrag für die jeweils beabsichtigte Verwertung notwendigen Nutzungsrechte (vgl. Ziffer 7) an dem zur Veröffentlichung bestimmten und zur Verfügung gestellten Werbematerial zustehen.

3.4 Der Kunde trägt dafür Sorge und versichert, dass er berechtigt ist, die in seinem Werbematerial eventuell integrierten Links auf andere Inhalte zu verwenden.

3.5 Der Kunde verpflichtet sich, das für die Online-Werbung erforderliche Werbematerial bis zu dem im Einzelvertrag vereinbarten Zeitpunkt bzw. – falls im Einzelvertrag kein Zeitpunkt vereinbart ist – bis spätestens 5 Werktage vor dem vereinbarten Veröffentlichungstermin vollständig, fehlerfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend auf eigene Kosten zur Verfügung zu stellen. Der Kunde verpflichtet sich, dafür zu sorgen, dass das Werbematerial für die vereinbarten Zwecke, insbesondere für die Bildschirmdarstellung im entsprechenden Umfeld und in der im Einzelvertrag vereinbarten Art und Größe geeignet ist. Das Werbematerial muss – soweit in Bezug auf Fremdinventar nicht anders vereinbart – den jeweils einschlägigen technischen Spezifikationen der Google Marketing Platform entsprechen. Diese kann der Kunde auf Anfrage von mobile.de erhalten. Sofern in dem bereitgestellten Werbematerial Links enthalten sind, sind die jeweiligen Zieladressen (URL) der Links vom Kunden vorher anzugeben. Soweit der Kunde die vereinbarte Frist nicht einhält und die Online-Werbung deshalb nicht oder nicht termingerecht veröffentlicht oder zugehörige Leistungen nicht erbracht werden kann bzw. können, lässt dies den Anspruch von mobile.de auf vollständige Zahlung der vereinbarten Vergütung unberührt. Für den Fall, dass die Online-Werbung nicht mehr veröffentlicht oder zugehörige Leistungen nicht erbracht werden kann bzw. können, muss sich mobile.de jedoch dasjenige anrechnen lassen, was sie infolge der Befreiung von der Leistung erspart oder durch anderweitige Verwendung der freiwerdenden Ressourcen erwirbt oder zu erwerben schuldhaft unterlässt.

Der Kunde verpflichtet sich ferner, ohne schriftliche Zustimmung von mobile.de weder selbst noch durch nicht autorisierte Dritte Informationen (inkl. Daten) abzurufen oder in Programme, die von mobile.de oder Verbundenen Unternehmen betrieben

werden, einzugreifen oder eingreifen zu lassen, oder in Datennetze von mobile.de oder Verbundenen Unternehmen einzudringen. Dies gilt auch für Programme und Datennetze der von mobile.de hinsichtlich der Vermarktung von Fremdinventar beauftragten Partner sowie der Anbieter dieses Fremdinventars (zusammen "Fremdinventar-Partner").

3.6 Jede Partei benennt der jeweils anderen Partei einen eigenen Mitarbeiter als Ansprechpartner für alle Fragen im Zusammenhang mit der Erbringung der Online-Werbung.

3.7 Der Kunde ist verpflichtet, die von ihm angegebenen URLs, auf die von der Online-Werbung verlinkt werden soll, für die Dauer der Schaltung der Online-Werbung wirksam zu pflegen. Er trägt dafür Sorge, dass die Internetseiten und Dokumente, auf die verlinkt wird, für die Dauer der Schaltung der Online-Werbung gemäß dem aktuellen Stand der Technik verfügbar sind. Sollte eine Partei Störungen bei der Verlinkung der Online-Werbung feststellen, wird sie die andere Partei hierüber unverzüglich informieren. mobile.de kann die Schaltung der Online-Werbung für die Dauer der Störung einer Verlinkung aussetzen lassen, soweit diese Störung vom Kunden zu vertreten ist.

3.8 Stellt der Kunde mittels Redirect Werbemittel zur Verfügung, sorgt der Kunde dafür, dass diese Werbemittel nach Kampagnenstart nicht geändert oder ausgetauscht werden, es sei denn der Kunde hat die Änderung oder den Austausch mit mobile.de besprochen und eine schriftliche Freigabe (E-Mail genügt) seitens mobile.de erhalten.

3.9 Der Kunde darf Browser Cookies verwenden, um Einblendungen, Konversionen und Seitenaufrufzeiten zu verfolgen. Browser Cookies, die zu einem anderen Zweck verwendet werden, sind nur nach ausdrücklicher vorheriger und schriftlicher Genehmigung durch mobile.de gestattet (e-mail genügt). Locally Shared Objects/ Flash Cookies (LSO/FSO), Document Object Model (DOM) Speicherung oder andere Methoden des Sammelns und Verfolgens von sowohl nicht-personenbezogenen wie auch personenbezogenen Daten sind ausdrücklich verboten. Der Kunde darf einen Drittanbieter zur Sammlung der vorgenannten Daten durch Smart Tags oder Cookie Dropping auf den mobile-, ebay Kleinanzeigen- sowie MOTOR-TALK- und dazugehörigen Websites und innerhalb der Mobilen Angebote nur für die vertraglich geregelten Werbekampagnen und nur bei vorheriger schriftlicher Zustimmung durch mobile.de einschalten. Die durch die Nutzung von Cookies auf den mobile- sowie MOTOR-TALK- und dazugehörigen Websites und innerhalb der mobile.de Mobilen Angebote gewonnenen Daten gehören mobile.de und dürfen daher nicht für andere als die in Satz 1 genannten Zwecke verwendet werden. Dies gilt ebenso für die auf den eBay Kleinanzeigen Websites und innerhalb der eBay Kleinanzeigen Mobilen Angebote gewonnenen Daten, die der eBay Kleinanzeigen GmbH, Albert-Einstein-Ring 2-6, 14532 Kleinmachnow („eBay Kleinanzeigen“) gehören. Die Daten dürfen auch nicht Dritten mitgeteilt oder von diesen verwendet werden, wenn diese nicht direkt in die Werbekampagne einbezogen sind, für welche die Daten gesammelt wurden (also Kunden der Werbekampagne sind), es sei denn, mobile.de erklärt zuvor schriftlich sein Einverständnis. Der Kunde muss alle Daten, die durch Cookies gesammelt

wurden, nach der Kündigung oder dem Ablauf des jeweiligen Einzelvertrags streng vertraulich behandeln, außer wenn dieser Vertrag ausdrücklich andere Regelungen trifft.

3.10 Erbringt der Kunde seine Mitwirkungspflichten ganz oder zum Teil nicht, ruht für die Dauer der Nichterbringung die Verpflichtung von mobile.de zur Erbringung derjenigen Leistungen, die ohne die Mitwirkungspflichten des Kunden nicht oder nur mit unverhältnismäßigem Mehraufwand erbracht werden können. Durch Nichterbringung von Mitwirkungspflichten verursachter Mehraufwand ist von dem Kunden nach Maßgabe der im jeweiligen Einzelvertrag vereinbarten Preise oder, soweit solche dort nicht geregelt sind, auf der Basis der allgemeinen zum fraglichen Zeitpunkt geltenden Sätze von mobile.de nach Zeitaufwand zu tragen. Auslagen sind zu erstatten. Gesetzliche Kündigungs- oder Rücktrittsrechte von mobile.de bleiben in jedem Fall unberührt.

#### 4. Leistungen von mobile.de

4.1 mobile.de verpflichtet sich, nach Maßgabe der vorliegenden AGB zu gewährleisten, dass das vom Kunden im jeweiligen Einzelvertrag zur Veröffentlichung bestimmte und zur Verfügung gestellte Werbematerial im vertraglich vereinbarten Umfang und für die vertraglich vereinbarte Dauer ausgeliefert wird. mobile.de ist berechtigt, das Werbematerial in Bezug auf sein Format, seine Größe und technische Eigenschaften bearbeiten zu lassen, sofern dies für die Auslieferung des Werbematerials aus Sicht von mobile.de erforderlich und für den Kunden unter Berücksichtigung der Interessen von mobile.de und Verbundenen Unternehmen zumutbar ist. Hält mobile.de eine inhaltliche Bearbeitung des Werbematerials für erforderlich (z.B. wegen des Verdachts auf Rechtswidrigkeit der Inhalte), so wird mobile.de hierfür die Zustimmung des Kunden einholen. Sich hierdurch ergebende Verzögerungen bei der Erbringung der Leistungen durch mobile.de sind vom Kunden zu vertreten.

4.2 Die Auslieferung der Online-Werbung erfolgt nur für den im Einzelvertrag vereinbarten Zeitraum und/oder bis zur Erreichung der dort festgelegten Höchstzahl an Ad Impressions (Sichtkontakte der Internetnutzer zu der Online-Werbung), an Page Impressions (Abrufe der Internetseite, auf der die Online-Werbung platziert ist), an Ad Clicks (Klicks der Internetnutzer auf die Online-Werbung) oder an sonstigen einzelvertraglich vereinbarten Erfolgen ("Sonstige Erfolge"). Sofern im Einzelvertrag nicht ausdrücklich anders bestimmt, ist eine Veränderung des vereinbarten Auslieferungszeitraums durch Vereinbarung der Parteien in Textform möglich.

4.3 Soweit mobile.de dem Kunden für eine Online-Werbung die Lieferung einer bestimmten Anzahl an Ad Impressions, Page Impressions, an Ad Clicks oder Sonstigen Erfolgen innerhalb eines bestimmten Zeitraums zugesichert hat und die zugesicherte Anzahl in diesem Zeitraum nicht vollständig geliefert wurde, ist mobile.de berechtigt, aber nicht verpflichtet, die betroffene Online-Werbung weiterschalten zu lassen und die noch fehlende Anzahl an Ad Impressions, Page Impressions, Ad Clicks oder Sonstigen Erfolgen nachzuliefern zu lassen. Die Nachlieferungsfristen werden hierbei mit dem Kunden unter Berücksichtigung der berechtigten Interessen beider Parteien abgestimmt.

Lässt mobile.de die vereinbarte Anzahl auch innerhalb der Nachlieferungsfrist nicht nachliefern, so ist der Kunde berechtigt, die Vergütung für die nicht gelieferten Ad Impressions, Page Impressions, Ad Clicks oder Sonstigen Erfolge anteilig zu mindern.

4.4 Haben mobile.de und der Kunde vereinbart, Retargeting-Maßnahmen in die Online-Werbung einzubinden, so schuldet mobile.de jeweils nur den Versuch, die erneute Werbeansprache von Usern, die die Werbekundenseite/n besucht haben, entsprechend den Regelungen im Einzelvertrag zu erreichen. Angaben zum Erfolg von Retargeting-Maßnahmen im Einzelvertrag sind für mobile.de nicht verbindlich.

4.5 Der Kunde hat unbeschadet einer im jeweiligen Einzelvertrag enthaltenen abweichenden Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Auslieferung des Werbematerials auf bestimmten Platzierungen. Sofern mobile.de Mediaformate bzw. deren Positionierung ändert oder abschafft oder neue Mediaformate oder Positionierungen einführt, ist mobile.de berechtigt, diese Mediaformate bzw. Positionierungen durch andere Mediaformate oder Positionierungen mit insgesamt gleichem Volumen auszu-tauschen.

4.6 Soweit das vom Kunden zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Werbematerial nicht offensichtlich als Werbung erkennbar ist, ist mobile.de berechtigt, das Material als Werbung kenntlich machen zu lassen und insbesondere mit dem Wort „Anzeige“ oder ähnlichen Zusätzen kennzeichnen zu lassen und/oder dieses vom ggf. zusätzlich vorhandenen redaktionellen Inhalt räumlich absetzen zu lassen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

4.7 mobile.de ist nicht verpflichtet, das für die Durchführung der Online-Werbung gelieferte Werbematerial nach Beendigung der Online-Werbung an den Kunden herauszugeben oder dieses aufzubewahren.

4.8 mobile.de ist nicht verpflichtet, für den Kunden Grafiken oder Werbetexte zu erstellen. Soweit mobile.de solche Leistungen aufgrund individueller Vereinbarung im jeweiligen Einzelvertrag erbringt, sind diese Leistungen auf Basis der im Einzelvertrag vereinbarten oder, falls solche Vereinbarungen nicht existieren, auf Basis der jeweils aktuell geltenden Stundensätze von mobile.de gesondert zu vergüten.

4.9 mobile.de hat das Recht, einen vereinbarten Termin zur Veröffentlichung einer Online-Werbung zu verschieben oder ganz ausfallen zu lassen, soweit ein Dienst, in dessen Rahmen die Veröffentlichung erfolgen soll, zu dem vereinbarten Termin nicht angeboten wird oder technisch bedingte Umstände, für die mobile.de oder ein Verbundenes Unternehmen nicht verantwortlich sind, eine Veröffentlichung zum vereinbarten Termin verhindern. Sollte eine Verschiebung des Termins auf einen späteren Zeitpunkt möglich sein, wird mobile.de auf die ihr bekannten Interessen des Kunden Rücksicht nehmen, soweit ihr dies möglich und zumutbar ist.

4.10 Enthält die vereinbarte Online-Werbung Sonderwerbformen („Partnerportal“ oder „Content Special“), gilt ergänzend Folgendes:

a) Haben mobile.de und der Kunde einzelvertraglich die Auslieferung eines Partnerportals vereinbart, stellt mobile.de dem Kunden für die vertraglich vereinbarte Dauer

einen „iframe“ zur Verfügung, der von mobile.de oder einem Verbundenen Unternehmen gehostet und von mobile.de oder von einem Verbundenen Unternehmen in die jeweils vereinbarten mobile-, ebay Kleinanzeigen- und/oder MOTOR-TALK- und dazugehörigen Websites bzw. die Mobilien Angebote eingebettet wird. Das Hosting des Werbematerials und die Einbindung des Werbematerials in den iframe erfolgt ausschließlich durch den und in alleiniger Verantwortung des Kunden; mobile.de hat keinen Zugriff auf das Werbematerial. Die Verpflichtungen des Kunden gem. Ziffer 3 gelten entsprechend. Ist der Kunde (oder im Fall, dass der Kunde eine Werbeagentur ist, der den Kunden beauftragende Werbetreibende) ein registrierter Nutzer der mobile-, eBay Kleinanzeigen- oder MOTOR-TALK- und dazugehörigen Websites bzw. der Mobilien Angebote, ist er berechtigt, von dem Partnerportal auf Listings seines mobile-, ebay Kleinanzeigen- und/oder MOTOR-TALK-Accounts zu verweisen oder solche Listings im Partnerportal darzustellen. Der Kunde ist verpflichtet, sicher zu stellen, dass auf dem Partnerportal während der Vertragslaufzeit ein Impressum gemäß den Vorschriften des Telemediengesetzes (TMG) veröffentlicht wird. Sofern das Partnerportal die Eingabe von Nutzerdaten und die Weitergabe solcher Nutzerdaten an den Kunden (oder im Fall, dass der Kunde eine Werbeagentur ist, an den den Kunden beauftragenden Werbetreibenden) ermöglicht, steht der Kunde mobile.de verschuldensunabhängig für die Einhaltung der einschlägigen gesetzlichen, insbesondere datenschutzrechtlichen Bestimmungen ein. Der Kunde ist allein für die Beantwortung von Nutzeranfragen zum Partnerportal und den dort ggf. angebotenen Waren und Dienstleistungen sowie für die Erfüllung der zwischen Nutzern und dem Kunden (bzw. im Fall, dass der Kunde eine Werbeagentur ist, dem den Kunden beauftragenden Werbetreibenden) geschlossenen Verträge zuständig. Ziffer 8 gilt entsprechend. Vereinbaren mobile.de und der Kunde die Auslieferung zusätzlicher Online-Werbemittel zur Bewerbung des Partnerportal, verlinken alle diese Werbemittel auf das Partnerportal, sofern nicht schriftlich (auch per e-mail) anders vereinbart.

b) Haben mobile.de und der Kunde einzelvertraglich die Auslieferung eines Content Special vereinbart, stellt mobile.de für die vertraglich vereinbarte Dauer die Schaltung einer Themenseite mit redaktionellen Inhalten sicher, die über die jeweils vereinbarten mobile-, eBay Kleinanzeigen- oder MOTOR-TALK- und dazugehörigen Websites bzw. die Mobilien Angebote abrufbar ist. Die Inhalte für das Content Special werden von mobile.de redaktionell unabhängig auf eigene Kosten produziert und integriert. Gestaltung und Layout des Content Special unterliegen dem freien Ermessen von mobile.de unter Berücksichtigung berechtigter Interessen des Kunden (bzw. im Fall, dass der Kunde eine Werbeagentur ist, des den Kunden beauftragenden Werbetreibenden). Vereinbaren mobile.de und der Kunde im Rahmen der Buchung eines Content Special die Auslieferung zusätzlicher Online-Werbemittel, verlinken alle diese Werbemittel auf die Website des Kunden (bzw. im Fall, dass der Kunde eine Werbeagentur ist, auf die Website des den Kunden beauftragenden Werbetreibenden), sofern nicht schriftlich (auch per e-mail) anders vereinbart.

## 5. Zurückweisen oder Unterbrechung von Online-Werbung

5.1 mobile.de ist berechtigt, vom Kunden zur Veröffentlichung bestimmtes Werbematerial ganz oder teilweise zurückzuweisen, wenn dieses rechtswidrige oder sittenwidrige Inhalte im Sinne von Ziffer 3.2 enthält oder im Sinne von Ziffer 3.3 Rechte Dritter verletzt.

5.2 Ziffer 5.1 gilt auch, wenn das Werbematerial nicht zum Zwecke der Einstellung in dem Werberaum vom Kunden bei mobile.de angeliefert wird, sondern vom Kunden auf einem anderen vom Kunden ausgewählten Ad Server zur Verfügung gestellt und nur über einen Link in den Werberaum integriert wird. Die Änderung oder der Austausch solches Werbematerials durch den Kunden bedarf der vorherigen Zustimmung von mobile.de (e-mail genügt).

5.3 Ebenso ist mobile.de berechtigt, unter den Voraussetzungen von Ziffer 5.1 ein bereits veröffentlichtes Werbematerial vorübergehend oder dauerhaft, ganz oder teilweise entfernen zu lassen bzw. im Falle von Ziffer 5.2 den betroffenen Link sperren zu lassen. Dies gilt auch, wenn der Kunde bereits veröffentlichtes Werbematerial nachträglich verändert, und die Voraussetzungen von Ziffer 5.1 erfüllt sind.

5.4 Falls ein begründeter Verdacht besteht, dass das vom Kunden überlassene Werbematerial im Sinne von Ziffer 3.2 rechtswidrige Inhalte aufweist oder im Sinne von Ziffer 3.3 Rechte Dritter verletzt, hat mobile.de das Recht, dieses solange zurückzuweisen oder die Online-Werbung solange unterbrechen zu lassen, bis eine Stellungnahme des Kunden und eine Klärung der Angelegenheit erfolgt ist oder es dem Kunden gelingt, den Verdacht auszuräumen. Ein begründeter Verdacht in diesem Sinne liegt insbesondere dann vor, wenn ein solcher Verdacht durch ein behördliches Verfahren oder durch ein strafrechtliches Ermittlungsverfahren induziert ist oder nachvollziehbare Anhaltspunkte vorhanden sind, dass ein solches Verfahren bald eingeleitet wird. Dasselbe gilt auch, wenn mobile.de, ein Verbundenes Unternehmen und/oder ein Fremdinventar-Partner von einem Dritten aufgefordert wird, die weitere Schaltung der Online-Werbung zu unterlassen, weil diese rechts- oder sittenwidrig sei oder Rechte Dritter verletze, sofern der Anspruch des Dritten nicht offensichtlich und für mobile.de erkennbar unbegründet ist. mobile.de wird dem Kunden die Zurückweisung oder Sperrung der Online-Werbung unter Angabe von Gründen unverzüglich mitteilen.

5.5 Die Ziffern 5.1 bis 5.4 gelten entsprechend, wenn das vom Kunden zur Veröffentlichung bestimmte und zur Verfügung gestellte Werbematerial Links zu rechts- oder sittenwidrigen Inhalten im Sinne von Ziffer 3.2 oder zu Inhalten im Sinne von Ziffer 3.3, die Rechte Dritter verletzen, enthält.

5.6 mobile.de behält sich ferner das Recht vor, bestimmte Formen von Online-Werbung aufgrund ihres Inhalts, ihrer Herkunft oder ihrer technischen Qualität unter Zugrundelegung einheitlicher sachlich gerechtfertigter Grundsätze abzulehnen, wenn ihre Schaltung für mobile.de, ein Verbundenes Unternehmen oder einen Fremdinventar-Partner unzumutbar ist.

5.7 Eine Überprüfungspflicht des Werbematerials und/oder vom Werbematerial ausgehender Links samt der Linkinhalte durch mobile.de besteht nicht. Etwaige Überprüfungen von mobile.de entbinden den Kunden nicht von seiner Verantwortung für das Werbematerial und/oder die vom Werbematerial ausgehenden Links samt der Linkinhalte.

6. Vergütung, Abrechnung, Steuern

6.1 Die vom Kunden für die Leistungen von mobile.de zu entrichtende Vergütung ergibt sich aus dem jeweiligen Einzelvertrag zwischen mobile.de und dem Kunden.

6.2 Soweit die Vergütung auf TKP-Basis (TKP=Tausender-Kontakt-Preis, der pro 1000 Page Impressions oder Ad Impressions kalkuliert wird) oder pro Ad Click (Cost-per-Click = CPC) berechnet wird, informiert mobile.de den Kunden auf Anforderung über die relevante Anzahl der Ad Impressions, Page Impressions bzw. Ad Clicks sowie die ClickRate (= Verhältnis von Ad Clicks zu Ad Impressions oder Page Impressions) jener mobile- bzw. MOTOR-TALK- und dazugehörenden Websites und Newsletter sowie jener Mobilien Angebote, auf bzw. in denen die Online-Werbung des Kunden platziert ist. Hinsichtlich Sonstiger Erfolge ergeben sich die von mobile.de zu übermittelnden Kennziffern aus dem jeweiligen Einzelvertrag.

6.3 Allein maßgeblich für die Zählung der an den Werbekunden ausgelieferten Menge an Ad Impressions, Page Impressions, Ad Clicks oder Sonstiger Erfolge sowie die Click Rate ist das Reporting von mobile.de (erfasst durch den Ad Server von mobile.de) oder, sofern anwendbar, das Reporting eines von mobile.de beauftragten Dienstleisters (wie z.B. eines SSP-Betreibers) oder eines Fremdinventar-Partners. Sollte der Werbekunde abweichende Ad Impressions, Page Impressions, Ad Clicks, Sonstige Erfolge oder Click Rates mit dem eigenen Ad Server gezählt haben, so werden diese nicht berücksichtigt. Dies gilt nicht, wenn die Zählungen durch den Kunden und durch mobile.de nachweislich um mehr als 10% oder im Falle der Nutzung der Mobilien Angebote oder mobilen Fremdinventars mehr als 30% voneinander abweichen. In diesem Fall werden sich die Parteien über die für das Vertragsverhältnis maßgebliche Zählmenge einigen.

a) Können sich die relevanten Fachabteilungen nicht innerhalb von fünfzehn Tagen auf die maßgebliche Zählmenge einigen, werden sie den Streit zur Einigung an die Geschäftsleitungen der Parteien eskalieren.

b) Können sich die Geschäftsleitungen der Parteien nicht innerhalb weiterer fünfzehn Tage auf die maßgebliche Zählmenge einigen, vereinbaren die Parteien diesbezüglich die Schlichtungsstelle der Deutschen Gesellschaft für Recht und Informatik e.V.

Prof. Dr. Axel Metzger, LL.M. (Harvard)  
Humboldt-Universität zu Berlin  
Unter den Linden 6  
D 10099 Berlin  
Tel.: +49-(0)30/2093-3382  
Fax: +49-(0)30/2093-3599

[schlichtung@dgri.de](mailto:schlichtung@dgri.de)  
Homepage: [www.dgri.de](http://www.dgri.de)

anzurufen, um den Streit nach deren Schlichtungsordnung in der zum Zeitpunkt der Einleitung eines Schlichtungsverfahrens gültigen Fassung zu bereinigen.

c) Die Verjährung für alle Ansprüche aus dem schlichtungsgegenständlichen Lebenssachverhalt ist ab dem Schlichtungsantrag bis zum Ende des Schlichtungsverfahrens gehemmt. § 203 BGB gilt entsprechend.

d) Ist eine Partei mit dem Schlichtungsspruch der Schlichtungsstelle nicht einverstanden, so kann sie den Schlichtungsspruch ablehnen und ihre Ansprüche gerichtlich geltend machen.

6.4 Die Vergütung für Retargeting-Maßnahmen wird auf Basis der erfolgreichen erneuten Werbeansprachen von Usern berechnet. Für die der Berechnung zugrundeliegende Zählung ist allein das Reporting von mobile.de (erfasst durch den Ad Server von mobile.de) maßgeblich.

6.5 Soweit nicht einzelvertraglich Abweichendes vereinbart ist, stellt mobile.de die vereinbarte Vergütung für die erbrachten Leistungen nach Beendigung der Online-Werbung in Rechnung. Ist die Laufzeit der Online-Werbung länger als ein Monat und ist eine Vergütung pro Monat vereinbart, so kann mobile.de die vereinbarte Vergütung nach Ablauf des jeweiligen Monats in Rechnung stellen. Mit Rechnungsstellung ist der vereinbarte Geldbetrag fällig und innerhalb von 30 Tagen auf ein von mobile.de zu benennendes Konto ohne Abzüge zu überweisen. Im Falle des Zahlungsverzugs des Kunden trägt dieser die jeweiligen Mahn- und Abwicklungskosten. Im Übrigen gelten die gesetzlichen Verzugsregeln.

6.6 mobile.de behält sich das Recht vor, von Kunden Vorauszahlung zu verlangen.

6.7 Eine Aufrechnung von eigenen Forderungen durch den Kunden gegen Forderungen von mobile.de ist nur bei rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

6.8 mobile.de behält sich das Recht vor, einzelnen Kunden bei Erreichen eines bestimmten Buchungsvolumens schriftlich eine Rabattierung einzuräumen.

a) Wird der Rabatt auf der Basis eines monatlich zu erreichenden Buchungsvolumens gewährt, so wird der Rabatt bei der Abrechnung des relevanten Monats berücksichtigt und für das gesamte monatliche Buchungsvolumen gewährt.

b) Wird dem Kunden ein Rabatt für den Fall eingeräumt, dass er in einem bestimmten, einen Monat überschreitenden Zeitraum (z.B. ein Jahr) ein bestimmtes Buchungsvolumen erreicht, so erhält der Kunde im Falle der Erreichung dieses Buchungsvolumens den Rabatt ausschließlich auf das die vereinbarte Grenze überschreitende Buchungsvolumen.

c) Wurde dem Kunden in Abweichung zu Ziffer 6.8 (b) von mobile.de ein Rabatt ab der ersten Werbebuchung auf der Basis eingeräumt, dass der Kunde innerhalb eines bestimmten Zeitraums ein dann in Summe rabattfähiges Buchungsvolumen, erreicht, so verpflichtet sich der Kunde für den Fall, dass das anfangs vereinbarte Buchungsvolumen am Ende des vereinbarten Zeitraums nicht erreicht wurde, zur Nachzahlung des im Rahmen der Rabattierung eingesparten Betrages.

6.9 Die vorstehend genannte Rabattierung wird von mobile.de nicht in Fällen von Anzeigenkollektiven eingeräumt. Anzeigenkollektive liegen dann vor, wenn verschiedene Unternehmen bei der Buchung der Leistungen von mobile.de gemeinsam unter dem Namen nur eines Werbetreibenden oder nur einer Werbeagentur auftreten. Dies gilt auch dann, wenn es sich bei den verschiedenen Unternehmen um zu ein und demselben Konzern gehörende Unternehmen handelt. Sollte das Vorliegen eines Anzeigenkollektivs erst nach bereits erfolgter Gewährung eines Rabattes durch mobile.de bekannt werden, kann mobile.de den zu Unrecht gewährten Rabatt auch nachträglich einfordern.

6.10 Sämtliche vereinbarten Preise verstehen sich rein netto und sind zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer an mobile.de zu zahlen.

## 7. Einräumung von Nutzungsrechten

7.1 Der Kunde räumt mobile.de und Verbundenen Unternehmen hiermit für die vertragsgegenständlichen Zwecke und beschränkt auf die einzelvertraglich vereinbarte Vertragslaufzeit das nicht-ausschließliche, weltweite, nur zum Zwecke der Erbringung der vertragsgegenständlichen Leistungen an Dritte und im Übrigen nur an Verbundene Unternehmen übertragbare oder sublizenzierbare Recht ein, das mobile.de im Rahmen der Online-Werbung und ggf. zugehöriger Leistungen überlassene Werbematerial und sonstige Materialien in den einzelvertraglich vereinbarten Werberaum zu integrieren, dort darzustellen und zu veröffentlichen und Mitgliedern der Öffentlichkeit und geschlossener Nutzergruppen über feste und mobile Kommunikationsnetze an Orten und zu Zeiten ihrer Wahl zum Zwecke der Nutzung zeitgleich oder sukzessive – auch auf Abruf – zugänglich zu machen und zu übermitteln sowie das Werbematerial zu den vorstehenden Zwecken zu vervielfältigen. Der Kunde räumt mobile.de und Verbundenen Unternehmen ferner das Recht ein, das Werbematerial zu Zwecken des Eigenmarketings sowie der Forschung und Schulung, insbesondere im Rahmen von Sales-Unterlagen und -Präsentationen, Branchenveranstaltungen, kampagnenbegleitenden Marktforschungsstudien, Darstellungen zur Kampagnenauswertung, Mitarbeiterschulung sowie auf den von mobile.de oder einem Verbundenen Unternehmen betriebenen Websites, zu verwenden. Die vorstehende Rechteeinräumung umfasst insbesondere auch das Recht zur Nutzung des Werbematerials und ggf. sonstiger Materialien:

a) im Rahmen von Telekommunikations-, Tele- und Mediendiensten, (z.B. Online-dienste, elektronische Push- und Pulldienste wie z.B. e-mail, SMS, MMS);

b) jeweils unter Einschluss sämtlicher digitaler und analoger Übertragungs- und Abruftechniken insbesondere über Kabel, Funk, feste und mobile Satelliten-Netze und Mikrowellen sämtlicher Verfahren (wie insbesondere GSM, GPRS, UMTS, WAN, LAN, WLAN, Breitband, etc.);

c) unter Verwendung sämtlicher Protokolle und Sprachen (insbesondere TCP-IP, IP, HTTP, WAP, HTML, c-HTML, XML etc.);

d) unter Einschluss der Wiedergabe, des Herunterladens und Speicherung auf beliebigen Empfangsgeräten, wie insbesondere stationären und mobilen Computern,

Fernsehgeräten, Set-Top-Boxen, (Festplatten-) Videorecordern, Mobiltelefonen und Personal Digital Assistants (PDA); sowie

e) das Recht, das Werbematerial gemäß den Bestimmungen dieses Vertrages zu bearbeiten und diese Bearbeitungen gemäß dieser Ziffer 7. zu verwenden und

f) das Datenbankrecht, also insbesondere das Recht, das überlassene Werbematerial und Bearbeitungen desselben maschinenlesbar zu erfassen und in einer eigenen Datenbank elektronisch zu speichern, auch soweit dies nicht dem eigenen Gebrauch des Datenbankbetreibers im Sinne von § 53 UrhG dient.

7.2 Die vorstehende Rechteeinräumung bezieht sich insbesondere auch auf an dem Werbematerial bestehende Urheber- und Leistungsschutzrechte, das Recht am eigenen Bild sowie Namens-, Titel-, Marken- und sonstige Kennzeichenrechte.

## 8. Freistellung von Ansprüchen Dritter

Soweit Dritte, einschließlich staatlicher Stellen (z.B. Strafverfolgungsbehörden), gegen mobile.de, ein Verbundenes Unternehmen und/oder einen Fremdinventar-Partner Ansprüche geltend machen wegen einer Verletzung (a) von Ziffer 3.2, (b) gewerblicher Schutzrechte (z.B. Patent- oder Markenrechte), Urheberrechte oder sonstiger Rechte (z.B. Recht am eigenen Bild) oder (c) gesetzlicher Bestimmungen (z.B. Strafrecht, Jugendschutzrecht, Wettbewerbsrecht) durch die vertragsgemäße Nutzung des vom Kunden zur Veröffentlichung in der Online-Werbung bestimmten und zur Verfügung gestellten Werbematerials und/oder durch die Inhalte der Internetseiten und Dokumente, auf die dieses Werbematerial gemäß den vom Kunden vorgegebenen URLs verlinkt, verpflichtet sich der Kunde, mobile.de, das Verbundene Unternehmen und/oder den Fremdinventar-Partner von diesen Ansprüchen (bei der Verletzung von öffentlich-rechtlichen Vorschriften in Höhe des angeordneten Bußgeldes oder der Geldstrafe) sowie den angemessenen Kosten eines Rechtsstreits und der Rechtsverteidigung (einschließlich Rechtsanwaltskosten) vollumfänglich freizustellen. Die Pflicht zur Freistellung steht unter dem Vorbehalt, dass mobile.de, das Verbundene Unternehmen und/oder der Fremdinventar-Partner derartige Ansprüche Dritter nicht ohne die Zustimmung des Kunden anerkennt oder einen Vergleich hierüber mit dem Dritten abschließt. Der Kunde darf seine Zustimmung jedoch nur aus wichtigem Grund verweigern. Diese Freistellungsverpflichtung gilt nicht, wenn der Kunde die Verletzung gemäß Buchst. (a) oder (b) nicht zu vertreten hat. Die Haftungsbeschränkungen der Ziffer 10 gelten für diese Freistellungsverpflichtung nicht. Eventuelle Ansprüche auf Schadensersatz wegen darüber hinausgehender Schäden bleiben davon unberührt.

## 9. Gewährleistung / Höhere Gewalt

9.1 mobile.de stellt sicher, dass die mobile-, eBay Kleinanzeigen- sowie MOTOR-TALK- und dazugehörigen Websites bzw. die Mobilien Angebote für die Online-Werbung im Rahmen des aktuellen Stands der Technik zur Verfügung gestellt werden.

9.2 mobile.de ist berechtigt, die Verfügbarkeit der mobile-, eBay Kleinanzeigen- sowie MOTOR-TALK- und dazugehörigen Websites bzw. der Mobilien Angebot zeitweilig beschränken zu lassen, wenn dies im Hinblick auf Kapazitätsgrenzen, die Sicherheit oder Integrität der Server oder zur Durchführung technischer Maßnahmen erforderlich ist und dies der ordnungsgemäßen oder verbesserten Erbringung der Leistungen dient (Wartungsarbeiten). mobile.de berücksichtigt in diesen Fällen die berechtigten Interessen des Kunden, wie z.B. durch Vorabinformationen. Bei Online-Werbung auf Fremdinventar beschränkt sich die Verpflichtung von mobile.de auf die Weiterleitung einer etwaigen von dem Fremdinventar-Partner erhaltenen Vorabinformation.

9.3 Sämtliche im Internet angebotenen Dienste können insbesondere durch technische Umstände, Leistungs- und/oder Anbindungsausfall, Hard- und Softwarefehler sowie Einwirkungen Dritter, deren Handlungen mobile.de nicht zugerechnet werden können (z.B. durch Viren oder Services Attacks), beeinträchtigt werden. Die Parteien sind sich daher darüber einig, dass auf solchen Ursachen beruhende Unterbrechungen und/oder Störungen der Leistungserbringung, die mobile.de nicht zu vertreten hat, keine Rechte des Kunden begründen.

9.4 Jede der beiden Parteien wird von ihren Leistungspflichten befreit, wenn die Erbringung ihrer Leistungen aufgrund höherer Gewalt vorübergehend nicht möglich ist. Als höhere Gewalt gelten alle Ereignisse, die auch durch die äußerste, billigerweise zu erwartende Sorgfalt nicht von der an der Leistung gehinderten Partei vorhergesehen und abgewendet werden konnten, z.B. Krieg, innere Unruhen, Naturgewalten, Feuer, Sabotage durch Dritte, Streiks in Bereichen, für deren Funktionieren die betroffene Partei nicht einzustehen hat. Die Befreiung von den Leistungspflichten gilt nur für die Dauer der Verhinderung. Ist mobile.de jedoch die Erbringung ihrer Leistungen auch nach Wegfall der Verhinderung zu einem späteren Zeitpunkt nicht mehr möglich (z.B. weil die gebuchten Platzierungen dann bereits von einem anderen Kunden gebucht ist) oder dauert die Verhinderung durch höhere Gewalt mehr als vierzehn Tage an, so ist jede der beiden Parteien berechtigt, den betroffenen Einzelvertrag fristlos aus wichtigem Grund zu kündigen oder von ihm zurückzutreten.

9.5 Der Kunde ist verpflichtet, die Online-Werbung und ggf. zugehörige Leistungen unverzüglich nach der Veröffentlichung bzw. Erbringung zu prüfen und dabei erkennbare Fehler mobile.de unverzüglich, spätestens jedoch innerhalb einer Woche nach der Veröffentlichung schriftlich anzuzeigen. Unterlässt der Kunde die Anzeige, so gilt die Online-Werbung/zugehörige Leistung als vertragsgemäß genehmigt, es sei denn, der Fehler war bei der Überprüfung nicht erkennbar. Zeigt sich später ein Fehler der Online-Werbung/zugehörigen Leistung, so muss der Kunde den Fehler unverzüglich nach seiner Entdeckung anzeigen, anderenfalls gilt die Online-Werbung/zugehörige Leistung auch in Ansehung dieses Fehlers als genehmigt.

## 10. Haftung

10.1 Die Parteien haften einander für Schäden gemäß den gesetzlichen Vorschriften, außer im Fall der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, nur, wenn und soweit den Parteien, ihren gesetzlichen Vertretern, leitenden Angestellten oder sonstigen Erfüllungsgehilfen Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last fällt. Im Fall der

Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haften die Parteien für jedes schuldhafte Verhalten der Parteien, ihrer gesetzlichen Vertreter, leitender Angestellter oder sonstiger Erfüllungsgehilfen. Der Begriff der „wesentlichen Vertragspflichten“ bezeichnet solche Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht, auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf und deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet.

10.2 Außer bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Parteien, ihrer gesetzlichen Vertreter, leitenden Angestellten oder sonstigen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung der Parteien der Höhe nach auf die bei Vertragsschluss vorhersehbaren Schäden, die typischerweise bei Geschäften dieser Art entstehen, begrenzt.

10.3 Außer bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Parteien, ihrer gesetzlichen Vertreter, leitenden Angestellten oder sonstigen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung der Parteien für mittelbare Schäden, insbesondere entgangenen Gewinn, pro schädigendem Ereignis auf die Summe der Vergütung beschränkt, die der Kunde mobile.de für Online-Werbung innerhalb der letzten sechs, dem schädigenden Ereignis vorausgehenden Monate zu zahlen verpflichtet war.

10.4 Die vorgenannten Haftungsausschlüsse und Beschränkungen gelten nicht im Fall der Übernahme ausdrücklicher Garantien durch die Parteien, für Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz, wegen arglistigen Verschweigens von Fehlern und für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie im Fall sonstiger zwingender gesetzlicher Regelungen.

## 11. Vertraulichkeit

11.1 Die Parteien verpflichten sich, während der Laufzeit dieses Vertrages sowie für drei Jahre nach seiner Beendigung sämtliche von der jeweils anderen Partei erhaltenen Informationen über deren Angelegenheiten sowie sämtliche Informationen, die ihnen in Bezug auf die jeweils andere Partei im Zusammenhang mit der Durchführung dieser Vereinbarung bekannt werden sollten, insbesondere Kunden- und Produktdaten, technische Daten wie Computerprogramme und Schnittstellen sowie Finanzdaten wie Umsätze, Margen und Einkaufsbedingungen der jeweils anderen Partei („Vertrauliche Informationen“), strikt vertraulich zu behandeln, nur für den Zweck der Durchführung dieses Vertrages zu verwenden und nicht Dritten zugänglich zu machen. Auch der Inhalt dieser Vereinbarung ist vertraulich zu behandeln. Jede Partei ist verpflichtet, mit der anderen Partei Rücksprache zu halten, wenn irgendwelche Zweifel aufkommen sollten, ob eine konkrete Information als vertraulich zu behandeln ist. Die empfangende Partei wird hinsichtlich der Geheimhaltung der Vertraulichen Informationen zumindest diejenige Sorgfalt aufwenden und diejenigen Schutzmaßnahmen treffen, welche sie zum Schutz eigener vertraulicher Informationen gleicher Art anzuwenden pflegt und mindestens die im Verkehr übliche Sorgfalt. Hierbei wird sie insbesondere adäquate Maßnahmen zum Schutz der Vertraulichen Informationen gegen unbefugte Offenlegung, Vervielfältigung und Nutzung treffen.

11.2 Diese Vertraulichkeitsverpflichtung gilt nicht für Informationen, (a) die der empfangenden Partei bei Bekanntgabe nachweislich bereits bekannt waren oder (b) die in diesem Zeitpunkt bereits offenkundig waren, sowie für Informationen, (c) von

denen die empfangende Partei nachweist, dass sie diese Informationen nach Abschluss dieses Vertrages ohne eine Verpflichtung zur Vertraulichkeit von einer dritten Partei erhalten hat, vorausgesetzt, dass diese dritte Partei durch die Weitergabe der Informationen nicht ihrerseits eine gegenüber der bekannt gebenden Partei bestehende Verpflichtung zur Vertraulichkeit verletzt hat, (d) bezüglich derer die empfangende Partei nachweist, dass diese Informationen nach Abschluss des Vertrages ohne ihr Verschulden offenkundig wurden oder (e) die auf Grund zwingender gesetzlicher Bestimmungen, rechtskräftiger gerichtlicher Entscheidung oder behördlicher Anordnung bekannt gegeben werden müssen. mobile.de ist berechtigt, Vertrauliche Informationen des Kunden an Verbundene Unternehmen zum Zwecke der Durchführung dieses Vertrages weiterzugeben.

11.3 Die Parteien werden eventuelle Presseinformationen, Presseerklärungen, Interviews und sonstige öffentliche Stellungnahmen bezüglich der geplanten Zusammenarbeit nur mit der vorherigen, schriftlichen (auch per e-mail) Zustimmung der jeweils anderen Partei veröffentlichen oder Dritten zur Verfügung stellen. Die Erteilung der Zustimmung liegt im freien Ermessen einer jeden Partei.

## 12. Verjährung

Sämtliche Ansprüche des Kunden gegen mobile.de aus dem Vertragsverhältnis mit mobile.de verjähren nach Ablauf eines Jahres, beginnend mit dem Schluss des Jahres, in dem der Anspruch entstanden ist und der Kunde von den anspruchsbegründenden Umständen Kenntnis erlangt oder ohne grobe Fahrlässigkeit erlangt haben müsste. Dies gilt nicht im Falle einer Haftung von mobile.de wegen Vorsatzes. § 199 Abs. 2 bis Abs. 5 BGB bleibt unberührt.

## 13. Sonstiges

13.1 Sämtliche zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses oder danach getroffene Abreden, welche von den Bestimmungen dieser AGB abweichen, bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für eine Aufhebung oder einen Verzicht auf das Schriftformerfordernis. Die Parteien sind sich darüber einig, dass die Schriftform auch durch Übersendung unterzeichneter Erklärungen per Telefax oder als Scan per e-mail gewahrt ist. Insbesondere können auch alle Einzelaufträge unterzeichnet per Telefax oder als Scan per e-mail an mobile.de übersendet werden. Soweit nicht anderweitig vereinbart, können alle anderen Mitteilungen im Rahmen der Durchführung dieses Vertrags per e-mail übermittelt werden (an die von den Parteien für diese Zwecke jeweils mitgeteilten e-mail-Adressen). Mündliche Abreden und telefonische Übermittlung sind hingegen nicht ausreichend.

13.2 Der Kunde ist zur Abtretung von Forderungen aus seinem Vertragsverhältnis mit mobile.de nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung von mobile.de berechtigt.

13.3 Der Kunde erklärt sich hiermit einverstanden, dass mobile.de seine Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag jederzeit ganz (Vertragsübernahme) oder teilweise auf Verbundene Unternehmen übertragen kann. Wird der Kunde durch eine solche Übertragung in seinen berechtigten Interessen beeinträchtigt, so kann der Kunde diesen Vertrag fristlos zum Tag des Inkrafttretens der Übertragung kündigen.

## 14. Geltung deutschen Rechts und Gerichtsstand

14.1 Die vorliegenden AGB sowie sämtliche zwischen mobile.de und dem Kunden abgeschlossene Einzelverträge unterliegen ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

14.2 Ausschließlicher Gerichtsstand ist, sofern der Kunde Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, oder keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland hat, Berlin.

## 15. Salvatorische Klausel

Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon unberührt. § 139 BGB ist nicht anwendbar. Die Parteien verpflichten sich, eine solche unwirksame Bestimmung durch eine wirksame Bestimmung zu ersetzen, die dem entspricht, was die Parteien unter Berücksichtigung des Vertragszwecks vereinbart hätten, wäre ihnen die Unwirksamkeit dieser Bestimmung bei Vertragsschluss bekannt gewesen. Dies gilt entsprechend im Falle von Regelungslücken.

(Stand: November 2020)