

# Allgemeine Geschäftsbedingungen der Sutter Telefonbuchverlag GmbH

## Präambel

Der Vertrag kommt mit der Sutter Telefonbuchverlag GmbH, Berthold-Beitz-Boulevard 420, 45141 Essen, Registergericht Essen HRB 11344, Geschäftsführer: Bernhard Lüders, Sandra Napierski, Karsten Marquardsen (nachfolgend „SLM“ genannt) zustande. Die nachstehenden Vertragsbedingungen gelten für alle geschlossenen Verträge zwischen SLM und dem jeweiligen Auftraggeber und werden mit der Bestellung ausdrücklich anerkannt.

## I. Online Marketing Produkte

1. Zustandekommen des Vertrages, Datenweitergabe, Schutzrechte Dritter

(1) Angebote von SLM sind freibleibend. Der Vertrag kommt durch Auftrag des Auftraggebers und Annahme von SLM zustande.

(2) Die Angebote von SLM richten sich ausschließlich an Unternehmer im Sinne des § 14 BGB. Mit der Bestellung bestätigt der Auftraggeber, als Unternehmer zu handeln. Eine Belieferung von Verbrauchern im Sinne des § 13 BGB erfolgt nicht.

(3) Der Auftrag ist für den Auftraggeber mit seiner Unterzeichnung unter den Bestellschein, als auch durch die Übersendung einer elektronischen Nachricht (insb. E-Mail bzw. Fax) rechtsverbindlich. Der Auftraggeber hat die rechtliche Zulässigkeit vor Auftragserteilung selbst zu klären und stellt SLM insoweit von allen Ansprüchen Dritter frei. Insbesondere stellt der Auftraggeber vor Auftragserteilung sicher, dass er sämtliche erforderlichen Rechte zur Weitergabe der einzustellenden Informationen besitzt. Dies gilt insbesondere für alle entsprechenden Rechte an Bildern und / oder Logos. Dazu überträgt der Auftraggeber an SLM ein vergütungsfreies, zeitlich unbefristetes, umfassendes Nutzungsrecht, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Bearbeitung an allen Werken oder Werkteilen, sowie Datenbanken oder jeden anderen Produktinformationen zur Erfüllung dieses Vertrages durch SLM, einschließlich des Rechts, diese Inhalte mit Printmedien, online, auf CD-ROM, und jeder bekannten oder unbekanntem digitalen und/oder mobilen Ausprägung, etc. zu publizieren, auch zu Werbezwecken. Der Auftraggeber stellt SLM von allen Ansprüchen Dritter frei, die auf einer Verletzung der vorgenannten Pflichten beruhen. Weitergehende Ansprüche von SLM bleiben unberührt. Soweit es für die Erbringung der von SLM geschuldeten Leistungen erforderlich ist, räumt der Auftraggeber SLM das nicht-ausschließliche, zeitlich auf die Laufzeit dieses Vertrages beschränkte, widerrufliche Recht ein, Namen, Daten und Kennzeichnung des Auftraggebers sowie für die Durchführung der von SLM geschuldeten Leistungen ggf. erforderliche Materialien ausschließlich für die Erbringung der vertragsgegenständlichen Leistungen zu nutzen, öffentlich zugänglich zu machen, zu bearbeiten, zu vervielfältigen und zu verbreiten. Der Auftraggeber sichert zu, dass einer solchen Nutzung keine Rechte Dritter entgegenstehen und stellt SLM im Falle einer Inanspruchnahme durch Dritte von allen damit zusammenhängenden Kosten (einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung) frei.

(4) Der Auftrag ist angenommen, wenn SLM ihn nicht innerhalb einer Frist von vier Wochen zurückweist.

## 2. Inhalt des Vertrages

Der Inhalt des Vertrages ergibt sich aus dem durch SLM angenommenen, konkreten Auftrag des Auftraggebers unter Berücksichtigung der nachstehenden abstrakten Beschreibungen der von SLM angebotenen Leistungen:

### 2.1. Standard-Homepages, Landingpages (Kontaktseiten), Shops und Apps

(1) SLM stellt dem Auftraggeber während der Geltungsdauer dieser Dienstleistungsvereinbarung eine gestaltete Internetpräsenz bzw. App-Präsenz und die damit verbundene Dienste zur Verfügung. Der konkrete Leistungsumfang für Homepages ist unter <https://www.heise-homepages.de> bzw. für Apps unter <https://www.heise-regioconcept.de/produkte/apps> beschrieben und nur wie dort dargestellt zu beziehen. SLM räumt dem Auftraggeber für die Geltungsdauer dieses Vertrages das einfache, nicht übertragbare und auf die Laufzeit beschränkte Recht ein, die Software zur Pflege eines eigenen Webauftritts zu nutzen und diesen Webauftritt im Internet Dritten zugänglich zu machen.

(2) Im Fall einer Ablehnung oder einer nachträglichen Löschung der mobilen Applikation aus einem oder mehreren App Stores entfällt die Verpflichtung auf Erfüllung dieses Vertragsbestandteils durch SLM. Der Vertrag im Übrigen bleibt unberührt.

(3) Dem Auftraggeber ist es nicht gestattet, die Software zu vervielfältigen oder Dritten zugänglich zu machen, sie zu verleihen oder zu vermieten oder in anderer Form auf Dritte zu übertragen, oder zu ändern, zu übersetzen, Reverse Engineering zu betreiben, zu dekompileieren oder disassemblieren oder sonstige Derivate zu erstellen. Ein Anspruch des Auftraggebers auf Überlassung oder Einsichtnahme des Quellcodes der überlassenen Software besteht nicht.

(4) SLM vermittelt die Anmeldung und Registrierung von Wunschatadressen als Second-Level-Domain. Die nachfolgenden Regelungen gelten entsprechend, falls SLM dem Auftraggeber eine Wunschatadresse als Subdomain unterhalb einer Second-Level-Domain zur Verfügung stellt.

(5) SLM betreut während der Geltungsdauer dieses Vertrages die von dem Auftraggeber über SLM angemeldeten und registrierten Domainnamen auf der Grundlage der jeweils gültigen Richtlinien und Vergabebestimmungen der zuständigen Vergabestellen.

(6) Nach Fertigstellung der Endversion ist der Auftraggeber zur Abnahme der Software verpflichtet, sofern die Software im Wesentlichen funktionsfähig und mangelfrei ist.

(7) Bei Beendigung des Vertragsverhältnisses ist SLM berechtigt, die dem Auftraggeber zugeordneten Domainnamen zu löschen bzw. die Löschung bei der jeweiligen Vergabestelle zu beauftragen, auch wenn von dem Auftraggeber ein Dritter als Nutzungsberechtigter mitgeteilt worden ist.

(8) Sollte der Auftraggeber oder ein sonstiger Nutzungsberechtigter mit schriftlich nachzuweisender Zustimmung des Auftraggebers nach Vertragsende die Weiterbenutzung eines Domainnamens über einen anderen Anbieter wünschen, wird SLM hierzu unverzüglich die erforderliche Freigabe ohne zusätzliche Entgelt erteilen, sofern der Auftraggeber gegenüber SLM bestehende Verbindlichkeiten aus der Geschäftsbeziehung vollständig ausgeglichen hat.

(9) Bis zur vollständigen Begleichung sämtlicher Forderungen von SLM steht SLM an dem zur Verfügung gestellten Domainnamen ein Zurückbehaltungsrecht sowie ein vertragliches Pfandrecht zu. Kommt der Auftraggeber mit der Begleichung der von ihm zu entrichtenden Vergütung in Verzug, ist SLM nach vorheriger schriftlicher Ankündigung unter Einräumung einer weiteren Zahlungsfrist von 14 Kalendertagen nach Ablauf dieser Nachfrist berechtigt, den Domainnamen bei der zuständigen Vergabestelle löschen zu lassen oder aber entgeltlich unter Anrechnung auf die bestehende Restforderung des Auftraggebers eigenständig zur Nutzung auf Dritte zu übertragen.

(10) Im Rahmen der Internetpräsenz inkl. Domain stellt SLM dem Auftraggeber zu bestimmten Produkten E-Mail-Accounts zur Verfügung. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für sämtliche Aktionen, die über seinen E-Mail-Account ausgeführt werden. Er verpflichtet sich, durch die Nutzung seines E-Mail-Accounts nicht gegen geltende Rechtsvorschriften oder die Rechte Dritter zu verstoßen.

(11) Für die für den Internetzugang notwendigen Hardware und Softwarevoraussetzungen hat der Auftraggeber selbst auf eigene Kosten zu sorgen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, bei der Nutzung der Internetpräsenz oder Teilen hiervon, die gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einzuhalten. Ferner verpflichtet sich der Auftraggeber die Internetpräsenz sowie die SLM-Leistungen nicht für folgende Handlungen einzusetzen:

a) Behinderung fremder Rechnersysteme durch Versenden/Weiterleiten von Datenströmen und/oder E-Mails (sog. „Spamming / Mail-Bombing“);

b) Versenden von E-Mails an Dritte zu Werbezwecken ohne deren Einwilligung, es sei denn zu dem Dritten besteht eine Geschäftsbeziehung und es kann aufgrund objektiver Umstände berechtigterweise von einem mutmaßlichen Einverständnis des Dritten mit dem Empfang von Werbe-E-Mails ausgegangen werden;

c) das Fälschen von Mail oder Newsheadern sowie die Verbreitung von Viren, Trojanern oder anderem schädlichen Code;

d) die Beeinträchtigung oder Verletzung der Privatsphäre Dritter.

Eine Überwachung oder Überprüfung der publizierten Inhalte durch SLM findet nicht statt. (12) Der Auftraggeber ist zur Bekanntgabe eines Impressums und einer DSGVO-konformen Datenschutzerklärung nach den gesetzlichen Vorschriften auf seinen Webseiten verpflichtet. SLM übernimmt keine Verantwortlichkeit in Bezug auf die Richtigkeit und Vollständigkeit bzw. Pflege des Impressums und der Datenschutzerklärung.

(13) Die Nutzung der Internetpräsenz erfolgt unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit sowie auf eigene Gefahr und eigenes Risiko des Auftraggebers. Alle im technischen System gespeicherten Daten zur Bereitstellung der Internetpräsenz werden spätestens 60 Tage nach Beendigung des Vertrags gelöscht.

### 2.2. Suchmaschinenmarketing

(1) SLM wird für den Auftraggeber bei Internetsuchdiensten (z.B. Google- oder Microsoft-Netzwerk) ein Werbekonto einrichten, welches von SLM verwaltet wird. Ein Vertragsverhältnis kommt dabei ausschließlich zwischen dem Auftraggeber und SLM zustande. Das erstellte Konto ist Eigentum von SLM. Sofern der Auftraggeber ein eigenes Konto besitzt, verwaltet SLM dieses während der vereinbarten Vertragslaufzeit.

(2) Der Auftraggeber akzeptiert hierzu ebenfalls die Nutzungsbedingungen der verwendeten Internetsuchdienste. Bei Beauftragung von Google Ads gelten die zusätzlichen Nutzungsbedingungen, die unter <https://payments.google.com/u/0/paymentsinfofinder> abzurufen sind. Bei Beauftragung von Microsoft Advertising gelten die zusätzlichen Nutzungsbedingungen, die unter <https://about.ads.microsoft.com/de-de/ressourcen/richtlinien/microsoft-advertising-vertrag> abzurufen sind.

(3) SLM wird auf diesem Werbekonto Suchwörter, bei Google Shopping oder Comparison Shopping Produkte, für den Auftraggeber einbuchten, bei deren Eingabe in die Suchmaske und anschließender Suche durch die Internetsuchdienste für den jeweiligen Nutzer sichtbare Anzeigetexte angezeigt werden können.

(4) SLM wird auf der Grundlage der festgelegten Keywords Anzeigetexte entwerfen, die auf dem Werbekonto hinterlegt werden und die bei Eingabe der für den Auftraggeber

hinterlegten Keywords auf den Webseiten der Internetsuchdienste erscheinen sollen. Die Werbekampagnen enthalten den vom Auftraggeber mitgeteilten Uniform Resource Locator (URL), auf den der Nutzer durch Anklicken der Anzeige gelangen soll.

(5) SLM wird sich um eine bestmögliche Positionierung der Anzeigentexte bemühen. Es erfolgt jedoch keine Zusicherung, dass eine bestimmte Positionierung der Anzeigentexte zu einem bestimmten Zeitpunkt erreicht wird. Sofern das vom Auftraggeber beauftragte Impressionsziel zum Vertragsende nicht vollständig erreicht wird, wird der Vertrag noch für längstens 6 Monate fortgeführt. Nach diesem Zeitraum gilt das Impressionsziel als erreicht.

(6) SLM kann bei Auftragsdurchführung die vom Auftraggeber gewählte geographische Ausrichtung (Radius) ändern, um den Erfolg der Kampagne zu erhöhen.

(7) SLM wird bei der Auftragsdurchführung nach eigenem Ermessen unterschiedliche Keyword-Optionen wählen, mit denen der Erfolg einer Kampagne erhöht werden soll. Im Rahmen dieser Funktion schalten die Internetsuchdienste die Anzeigen des Auftraggebers für relevante Varianten der angegebenen Keywords. Welche Keywords als „relevante Varianten“ anzusehen sind, wird allein durch die Internetsuchdienste bestimmt. SLM übernimmt keinerlei Haftung gegenüber dem Auftraggeber mit Blick auf die Auswahl und Zusammenstellung der von den Internetsuchdiensten im Rahmen dieser Option gewählten Keywords.

(8) Der Auftraggeber kann, bei Standard-Auftragspaketen, jederzeit über eine Online-schnittstelle ein Reporting abrufen, um so den Erfolg der Suchmaschinenwerbung nachvollziehen zu können. Zugangsdaten zu dieser Onlineschnittstelle erhält der Auftraggeber bei Aktivierung seiner Suchmaschinenwerbung. Das Vertragsverhältnis berechtigt den Auftraggeber nicht, nach Vertragsbeendigung die Herausgabe des Benutzerkontos bzw. der von SLM auf dem Benutzerkonto eingepflegten Daten zu verlangen. Bei individuelle Auftragspaketen wird ein individuelles Reporting erstellt.

(9) Sofern das vom Auftraggeber beauftragte Budget in einem Monat nicht vollständig verbraucht wird, überträgt SLM das verbleibende Budget auf den Folgemonat. Verbleibt dem Auftraggeber zum Vertragsende noch unverbrauchtes Budget, so wird der Vertrag noch für längstens 6 Monate fortgeführt, damit dieses Budget verbraucht werden kann. Nach diesem Zeitraum gilt das Budget als aufgebraucht.

(10) SLM teilt den vereinbarten monatlichen Verkaufspreis in das bei den Internetsuchdiensten einzubuchende Mediabudget und eine Servicepauschale auf. Die Höhe des einzubuchenden Mediabudgets richtet sich nach der folgenden Stafflung:

- 1 – 250 Euro: 51%
- 251 – 599 Euro: 55%
- 600 – 749 Euro: 60%
- 750 – 1.499 Euro: 65%
- – 1.999 Euro: 70%
- ab 2.000 Euro: 75%

Abweichungen von dieser Stafflung bedürfen der schriftlichen Vereinbarung zwischen dem Auftraggeber und SLM.

### **2.3. Social Media-Anzeigen, Social-Profile, Social Media Content Creation, Google Business Content Creation**

(1) Nachfolgend genannte „Social-Media-Kanäle“ können die Dienste Facebook, Google Business Profil, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok, X und Xing, umfassen. Die Liste der Social Media-Kanäle kann von SLM beliebig verändert werden. Dies geschieht nach Rücksprache mit dem Auftraggeber.

(2) SLM wird für den Auftraggeber in Social-Media-Kanälen in einem SLM eigenen Benutzerkonto Anzeigen einbuchen bzw. Profilsseiten anlegen. Ein Vertragsverhältnis kommt dabei ausschließlich zwischen dem Auftraggeber und SLM zustande.

(3) SLM wird auf diesem Benutzerkonto Anzeigen für den Auftraggeber einbuchen, die dem jeweiligen Nutzer angezeigt werden können, wenn die vom Auftraggeber bekannt gegebenen Parameter (z.B. Ort oder Zielgruppe) beim jeweiligen Nutzer zutreffen. Die Anzeigentexte enthalten den vom Auftraggeber mitgeteilten Uniform Resource Locator (URL), auf den der Nutzer durch Anklicken der Anzeige gelangen soll.

(4) SLM wird sich um eine bestmögliche Positionierung der Anzeigentexte bemühen. Es erfolgt jedoch keine Zusicherung, dass eine bestimmte Positionierung der Anzeigentexte zu einem bestimmten Zeitpunkt erreicht wird.

(5) SLM kann bei Auftragsdurchführung die vom Auftraggeber gewählte geographische Ausrichtung (Radius oder Zielgruppeneinstellung) ändern, um den Erfolg der Kampagne zu erhöhen.

(6) SLM wird dem Auftraggeber im Falle der Erstellung von Profilsseiten bei Social-Media-Kanälen Zugriffsrechte zur Pflege von Inhalten einräumen. Der Auftraggeber ist selbst für die Pflege von Inhalten verantwortlich.

(7) SLM postet und kommentiert auf den Social-Media-Kanälen ausschließlich im Auftrag des Auftraggebers. SLM kommt diesem Auftrag nach bestem Wissen und Gewissen sowie nach Rücksprache mit dem Auftraggeber nach. Ansprüche Dritter gegenüber dem Auftraggeber adressieren ausschließlich an den Auftraggeber. Für Urheberrechtsverletzungen, Eigentumsrechteverletzungen und dergleichen auf Social-Media-Kanälen haftet der Auftraggeber. Für Schäden, die durch Posten, Kommentieren oder sonstige redaktionelle Arbeit der SLM auf den Social-Media-Kanälen des Auftraggebers für den

Auftraggeber oder Dritten entstehen, haftet SLM nicht.

### **2.4. MarketingRadar**

(1) Der Dienst MarketingRadar unterstützt den Auftraggeber bei der Suchmaschinenoptimierung für seine Website (nachfolgend „Website“ genannt). SLM stellt hierbei dem Auftraggeber eine Cloud Software zur Verfügung, mit welcher der Auftraggeber Hinweise auf Ranking Veränderungen seiner Website und Ranking Veränderungen von ausgewählten Wettbewerbern bei Google bekommt. Der MarketingRadar unterstützt den Auftraggeber bei der Auswahl der richtigen Keywords und bei der Ermittlung der Wettbewerber.

(2) SLM legt nach billigem Ermessen unter Berücksichtigung der Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung in Abstimmung mit dem Vertragspartner Suchbegriffe und Suchbegriffskombinationen, so genannte Keywords, fest, welche zur Suchmaschinenoptimierung eingesetzt werden. Der Vertragspartner akzeptiert, dass SLM keinen direkten Einfluss auf das Ranking einer Domain oder Internetseite bei den Suchmaschinen hat und dass Suchmaschinen ihre Algorithmen, Funktionen, Parameter und Gewichtungen jederzeit ändern können. Ein bestimmtes Ranking, eine bestimmte sonstige Positionierung, bestimmte Zugriffszahlen oder die Erreichung eines bestimmten wirtschaftlichen oder werblichen Erfolgs schuldet SLM daher nicht.

### **2.5. Firmenvideo, Fotopaket, Google Street View Trusted, Premium 3D-Tour**

(1) SLM produziert, gegebenenfalls in Zusammenarbeit mit einem von SLM beauftragten Dienstleister, Firmenvideos, Fotopakete, Google Street View Trusted-Rundgänge und Premium 3D-Touren. Ein Vertragsverhältnis kommt dabei ausschließlich zwischen dem Auftraggeber und SLM zustande.

(2) SLM stellt dem Auftraggeber auf Wunsch eine Kopie des produzierten Materials als einbindbares Widget, als Download oder per E-Mail zur Verfügung. Ein Anspruch des Auftraggebers auf Aushändigung des Rohmaterials ist ausgeschlossen.

(3) Der Auftraggeber ist verantwortlich, vor dem Auftragsbeginn sämtliche erforderlichen Film- und Fotogenehmigungen, insbesondere bei seinen Mitarbeitern, für SLM einzuholen.

(4) Änderungen des fertig gestellten Produkts nach Vorgaben des Auftraggebers sind zusätzlich vergütungspflichtig.

### **2.6. Suchmaschinenoptimierung (SEO)**

(1) SLM optimiert die mit dem Auftraggeber abgestimmten Suchbegriffe in der betreffenden Suchmaschine mit dem Ziel, die Webseite des Auftraggebers professionell zu vermarkten.

(2) Die Veröffentlichung und Positionierung der Webseite des Auftraggebers in den Ergebnissen der Suchmaschine liegt im alleinigen Ermessen des jeweiligen Suchmaschinenanbieters.

(3) SLM übernimmt keine Gewähr für die Veröffentlichung der Webseite des Auftraggebers durch einen bestimmten Suchmaschinenanbieter oder das Erreichen einer bestimmten Positionierung der Webseite in den Suchergebnissen. Dies gilt ebenfalls für eine Löschung der Webseite aus den Ergebnissen eines oder mehrerer Suchmaschinenanbieter.

### **2.7. ContentBoost, Unternehmensblog, Premium Content und Ratgeber-Texte**

(1) SLM verfasst für den Auftraggeber Webseiten-Texte, mit dem Ziel die Webseite für vereinbarte Suchbegriffe in Suchmaschinenergebnisseiten besser findbar zu machen.

(2) Die Veröffentlichung und Positionierung der Webseite des Auftraggebers in den Ergebnissen der Suchmaschine liegt im alleinigen Ermessen des jeweiligen Suchmaschinenanbieters. SLM ist nicht verpflichtet, durch die Bereitstellung Texte eine Verbesserung der Findbarkeit oder Platzierung in Suchmaschinenergebnisseiten zu erzielen.

(3) SLM ist nicht verpflichtet, fachlich vollständig einwandfreie Texte zu erstellen. Der Auftraggeber kann, im Rahmen der vereinbarten Korrekturschleife, Hinweise zu fachlichen Korrekturen geben. Hierzu hat der Auftraggeber eine angemessene Frist einzuhalten.

### **2.8. TV-Banner**

(1) SLM platziert Addressable TV Ads bei mit dem Auftraggeber vereinbarten TV-Sender-Gruppen.

(2) Die Veröffentlichung der Addressable TV Ads des Auftraggebers während des Umschaltmoments hat SLM keinerlei Einfluss, sondern liegt im alleinigen Ermessen der jeweiligen TV-Sender-Gruppe. Dies gilt insbesondere für das Erscheinen im Umfeld bestimmter Fernsehsendungen.

(3) SLM ist nicht verpflichtet, die Ausspielung der Addressable TV Ads an bestimmte Zielgruppen ohne Streuverluste zu gewährleisten. Das Zielgruppen-Targeting basiert auf dem sogenannten AGF-Panel, zu welchem unter <https://www.agf.de> Informationen bereitgestellt werden.

(4) Sofern das vom Auftraggeber beauftragte Impressionsziel zum Vertragsende nicht vollständig erreicht wird, wird der Vertrag noch für längstens 6 Monate fortgeführt. Nach diesem Zeitraum gilt das Impressionsziel als erreicht.

## 2.9. Löschung unfairer Bewertungen

- (1) SLM bemüht sich um die Entfernung oder Veränderung der vom Auftraggeber benannten Bewertung und nimmt hierzu Kontakt mit dem Urheber und / oder dem Betreiber der Quelle auf. SLM beseitigt selbst keine Inhalte.
- (2) Die Kontaktaufnahme erfolgt im Namen und im Auftrag des Auftraggebers und auf dessen Kosten. Der Auftraggeber erteilt SLM hierzu ausdrücklich die Vollmacht, in seinem Namen und Auftrag gegenüber dem Urheber und / oder dem Betreiber der Quelle auf die Löschung hinzuwirken.
- (3) SLM übernimmt keine Gewähr oder Garantie, dass die Bewertung durch den Urheber oder den Betreiber der Quelle verändert oder entfernt wird.
- (4) SLM erbringt keine Rechtsberatung und Rechtsvertretung. Eine eventuell erforderliche Hinzuziehung von Rechtsanwälten erfolgt durch den Auftraggeber selbst.

## 2.10. Spotify Ads

- (1) SLM wird für den Auftraggeber bei Musikstreamingdiensten (z.B. Spotify) ein Werbekonto einrichten, welches von SLM verwaltet wird. Ein Vertragsverhältnis kommt dabei ausschließlich zwischen dem Auftraggeber und SLM zustande.
- (2) Der Auftraggeber akzeptiert hierzu ebenfalls die Nutzungsbedingungen der verwendeten Dienste. Bei Beauftragung von Spotify Ads gelten die zusätzlichen Nutzungsbedingungen, die unter <https://www.spotify.com/de/brands/legal/advertiser-terms-and-conditions/> abzurufen sind.
- (3) SLM wird auf diesem Werbekonto Einstellungen und Targeting-Kriterien (Alter, Standort, Geschlecht, Interessen) vornehmen, um den Audio-Werbepot zielgerichtet auszusteuern.
- (4) SLM wird auf der Grundlage der festgelegten Targetingdaten einen Audio-Werbepot entwerfen, welcher im Werbekonto hinterlegt wird und erscheinen soll, wenn die gewählten Targetingdaten und die Interessen des Nutzers übereinstimmen.
- (5) SLM wird sich um eine bestmögliche Positionierung des Werbespots bemühen. Es erfolgt jedoch keine Zusicherung, dass eine bestimmte Auspielung zu einem bestimmten Zeitpunkt erreicht wird.
- (6) SLM kann bei Auftragsdurchführung die vom Auftraggeber gewählte geographische Ausrichtung (Radius) ändern, um den Erfolg der Kampagne zu erhöhen.
- (7) Der Auftraggeber kann jederzeit über eine Onlineschnittstelle ein Reporting abrufen, um so den Erfolg der Werbung nachvollziehen zu können. Zugangsdaten zu dieser Onlineschnittstelle erhält der Auftraggeber bei Aktivierung seiner Werbung. Das Vertragsverhältnis berechtigt den Auftraggeber nicht, nach Vertragsbeendigung die Herausgabe des Benutzerkontos bzw. der von SLM auf dem Benutzerkonto eingepflegten Daten zu verlangen.
- (8) Sofern das vom Auftraggeber beauftragte Budget in einem Monat nicht vollständig verbraucht wird, überträgt SLM das verbleibende Budget auf den Folgemonat. Verbleibt dem Auftraggeber zum Vertragsende noch unverbrauchtes Budget, so wird der Vertrag noch für längstens 6 Monate fortgeführt, damit dieses Budget verbraucht werden kann. Nach diesem Zeitraum gilt das Budget als aufgebraucht.
- (9) SLM teilt den vereinbarten Verkaufspreis in das bei den Musikstreamingdiensten einzubuchende Mediabudget und eine Servicepauschale auf. Die Höhe des einzubuchenden Mediabudgets richtet sich nach der folgenden Staffelung der vereinbarten Verkaufspreise:
  - 690 – 1240 Euro: 36%
  - 1241 – 1990 Euro: 45%
  - ab 1.991 Euro: 55%

Abweichungen von dieser Staffelung bedürfen der schriftlichen Vereinbarung zwischen dem Auftraggeber und SLM.

## 2.11. Heise PRIME 30 Tage Testversion

- (1) SLM bietet für das Heise PRIME Produkt eine kostenfreie Testversion an mit einer Laufzeit von 30 Tagen an. Die Leistungsbestandteile der Testversion können auf [www.heise-regioconcept.de/heise-prime](http://www.heise-regioconcept.de/heise-prime) eingesehen werden. Die Testversion endet nach 30 Tagen. Eine Kündigung ist nicht erforderlich.
- (2) Während dieser Testphase richtet SLM dem Auftraggeber einen Zugang zu dem Heise PRIME Kundencenter von SLM unter [www.hrc-kundencenter.de](http://www.hrc-kundencenter.de) ein, über das der Auftraggeber auf die Angebote der Heise PRIME Testversion zugreifen kann.
- (3) Nach Ablauf des Testzeitraums werden alle Leistungen der Heise PRIME Testversion eingestellt. Auftraggeber können sich weiterhin in das Heise PRIME Kunden einloggen und über das Heise PRIME Kundencenter ein Upgrade auf die kostenpflichtige Vollversion von Heise PRIME vornehmen.

## 2.12. Content Engagement Ads

- (1) SLM wird für den Auftraggeber über den Partner Factor Eleven ein Werbekonto einrichten. Ein Vertragsverhältnis kommt dabei ausschließlich zwischen dem Auftraggeber und SLM zustande.
- (2) SLM bucht für den Auftraggeber über den Partner Factor Eleven sogenannte Content Engagement Ads auf dem Werbekonto nach den im Vertrag angegeben Targeting-Kriterien ein. Factor Eleven wird auf diesem Werbekonto Einstellungen und Targeting-Kriterien (Region, Anzahl der Interaktionen, Auswahl der Publisher-Sites) vornehmen, um das Werbemittel zielgerichtet auszusteuern.

- (3) SLM wird auf Grundlage der Website des Auftraggebers ein interaktives Werbemittel entwerfen, welches dem Auftraggeber zur Freigabe per E-Mail geschickt wird.
- (4) SLM wird sich um eine bestmögliche Positionierung des Werbemittels bemühen. Es erfolgt jedoch keine Zusicherung, dass eine bestimmte Auspielung zu einem bestimmten Zeitpunkt erreicht wird.
- (5) SLM kann bei Auftragsdurchführung die vom Auftraggeber gewählte geographische Ausrichtung (Radius) ändern, um den Erfolg der Kampagne zu erhöhen.
- (6) Sofern das vom Auftraggeber beauftragte Interaktionsziel zum Vertragsende nicht vollständig erreicht wird, wird der Vertrag noch für längstens 6 Monate fortgeführt. Nach diesem Zeitraum gilt das Interaktionsziel als erreicht.

## 2.13. KI Social App

- (1) SLM richtet für den Auftraggeber über den Partner Deep Content GmbH pro erworbener Lizenz einen Account ein. Ein Vertragsverhältnis kommt ausschließlich zwischen dem Auftraggeber und SLM zustande.
- (2) SLM richtet pro erworbener Lizenz einen Account mit Namen, E-Mail-Adresse, Firmenname und Branche ein. Der Auftraggeber erhält pro erworbener Lizenz einen Zugang über eine E-Mail-Adresse.
- (3) Der Auftraggeber kann sich mit der hinter der Lizenz verknüpften E-Mailadresse über die Website <https://app.ki-pro-social.de> in die Anwendung einloggen.
- (4) Nach Login in die Anwendung kann der Auftraggeber die Stammdaten in seinem Profil selbstständig editieren und seinen Account mit seinen Social-Media-Profilen verknüpfen.
- (5) Der Auftraggeber ist selbst für die Erstellung von Inhalten über die Anwendung und die Verknüpfung der Anwendung mit seinen Social-Media-Profilen verantwortlich.
- (6) Mit jeder erworbenen Lizenz erhält der Auftraggeber ein in der Bestellung vereinbartes Kontingent von KI-generierten Beiträgen, das sich alle 30 Tage automatisch erneuert. Diese 30-Tage-Periode beginnt mit dem ersten Login in die Anwendung. Nach dem Ende jedes 30-Tage-Zeitraums wird das Kontingent automatisch auf die in der Bestellung vereinbarte Anzahl KI-generierter Beiträge zurückgesetzt. Nicht verbrauchte Beiträge aus dem aktuellen Kontingent werden nicht in den nächsten Zeitraum übertragen; sie verfallen bei der Erneuerung.
- (7) Unter „KI-generierter Beitrag“ ist ein Text-Inhalt gemeint, der mithilfe künstlicher Intelligenz erstellt wurde. Ein Beitrag gilt als generiert, sobald er durch die KI-Technologie produziert wurde, unabhängig davon, ob er anschließend auf Social Media oder einer anderen Plattform geteilt wird.
- (8) Sollten das vereinbarte Kontingent KI-generierter Beiträge innerhalb des 30-Tage-Zeitraums (in der Anwendung als Abrechnungszeitraum angegeben) aufgebraucht werden, besteht für den Auftraggeber die Möglichkeit, SLM zu kontaktieren, um ein sogenanntes Beitragserweiterungspaket zu erwerben.
- (9) Für jeden KI-generierten Beitrag ist eine Korrektur inklusive. Der Auftraggeber hat die Möglichkeit, über ein Freitext-Feld in der Anwendung spezifische Änderungswünsche zu kommunizieren. Sollte nach dieser ersten Korrektur der Wunsch nach weiteren Anpassungen bestehen, muss der Beitrag dafür neu generiert werden. Jede zusätzliche Korrektur über die erste hinaus wird für den Auftraggeber als neu generierter und somit eigenständiger Beitrag angesehen, der Teil des ursprünglich vereinbarten Kontingents von Beiträgen ist.
- (10) Für Urheberrechtsverletzungen, Eigentumsrechtsverletzungen und jedwede anderweitige Rechtsverletzungen auf Social Media-Kanälen haftet der Auftraggeber. Für Schäden, die durch Posten über die Anwendung für den Auftraggeber oder Dritten entstehen, haftet SLM nicht.

## 2.14. Better Jobs

- (1) Better Jobs bietet für einige Produkte dem Auftraggeber die Möglichkeit, Stellenanzeigen im Self Service selbst zu buchen. Für diese selbst erstellten und eingebuchten Stellenanzeigen erkennt der Auftraggeber an und verpflichtet sich, dafür Sorge zu tragen, dass sämtliche von ihm veröffentlichten Stellenanzeigen, Anforderungen oder sonstige Inhalte keine diskriminierenden Elemente enthalten, weder unmittelbar noch mittelbar, und nicht gegen geltende gesetzliche Bestimmungen, insbesondere solche des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG), verstoßen. Der Auftraggeber ist ferner verpflichtet, sicherzustellen, dass sämtliche in den Stellenanzeigen genannten Anforderungen und Auswahlkriterien in einem sachlichen Zusammenhang mit der ausgeschriebenen Position stehen und den rechtlichen Vorgaben entsprechen.

## 3. Zurückweisung des Auftrags durch SLM, Mitwirkungspflichten des Auftraggebers, Änderungswünsche und Wettbewerb

- (1) SLM behält sich vor, auch angenommene Aufträge zurückzuweisen, wenn diese aus technischen Gründen nicht durchführbar sind, der Inhalt gegen die guten Sitten oder berechnete Interessen von SLM verstößt oder der Inhalt gegen die Werberichtlinien von Erfüllungsgehilfen verstößt. Hierzu zählen beispielsweise Verstöße gegen die politische und / oder religiöse Neutralität sowie sittenwidrige Inhalte. SLM ist darüber hinaus berechtigt, Dienstleistungen oder Zugänge im Falle einer gesetzeswidrigen oder vertragswidrigen Nutzung zu sperren. SLM wird den Auftraggeber hierüber informieren. Der Auftraggeber bleibt SLM gegenüber vergütungspflichtig.
- (2) Ist es dem Auftraggeber aus nicht von SLM zu vertretenden Gründen nicht möglich, die für die Inanspruchnahme bestimmter individueller Leistungen erforderlichen

Vertragsbeziehungen mit Dritten einzugehen, stellt dies SLM von seiner diesbezüglichen Leistungspflicht frei.

(3) Der Auftraggeber stellt SLM auf Anfrage alle für die Umsetzung der vertraglich vereinbarten Leistungen notwendigen Informationen sowie insbesondere Fotos o.ä. zu Verfügung. SLM ist berechtigt, dem Auftraggeber zur Vornahme der Handlung eine angemessene Frist mit der Erklärung zu bestimmen, dass SLM den Vertrag kündigt, wenn die Handlung nicht bis zum Ablauf der Frist vorgenommen werde.

(4) Jeder Änderungswunsch zum Auftrag ist unter Angabe der Auftragsnummer schriftlich an SLM zu richten.

#### 4. Vergütung bei Kündigung, Terminausfallgebühren

(1) Kündigt der Auftraggeber oder SLM den Vertrag, so gilt mit Hinblick auf den Zahlungsanspruch von SLM Folgendes:

a) Für alle vereinbarten Leistungen, mit Ausnahme Content Engagement Ads, Google Ads, Microsoft Ads, Multichannel-Werbung, TikTok Ads, TV-Banner, Social Media-Anzeigen, Spotify Ads, Suchmaschinenwerbung, Xing Ads oder YouTube Ads hat der Auftraggeber folgende Vergütung an SLM zu zahlen,

- bei Kündigung nach Vertragsschluss: 25 % der vereinbarten Vergütung;

- nach Beginn der Arbeiten durch SLM, aber vor Abschluss (Gestaltungsphase): 70 % des vereinbarten Verkaufspreises;

- nach Abschluss der Arbeiten (Abschluss der Gestaltungsphase): 100 % der vereinbarten Vergütung.

b) Soweit der Vertrag Content Engagement Ads, Google Ads, Microsoft Ads, Multichannel-Werbung, TikTok Ads, TV-Banner, Social Media-Anzeigen, Spotify Ads, Suchmaschinenwerbung, Xing Ads oder Youtube Ads, umfasst, hat der Auftraggeber folgende Vergütung an SLM zu zahlen,

- bei Kündigung nach Vertragsschluss: 25 % der vereinbarten Vergütung;

- nach Start der Kampagne die entstandenen Mediakosten zuzüglich der vollständigen Servicepauschale.

In allen Fällen sind die ersparten Aufwendungen von SLM anzurechnen. Der Nachweis eines geringeren Schadens ist zulässig.

(2) Ist der Auftraggeber der Aufforderung von SLM zur Mitwirkung, insbesondere über die Zurverfügungstellung von Informationen, die für die Leistungserbringung notwendig sind, auch nach entsprechender Aufforderung und Fristsetzung nicht nachgekommen, so gilt der Vertrag als aufgehoben. Mit Hinblick auf den Vergütungsanspruch von SLM gilt Abs. 1 entsprechend. Die Geltendmachung weitergehender Rechte, insbesondere weitergehenden Schadensersatzes bleibt vorbehalten.

(3) Fällt ein zwischen dem Auftraggeber und SLM vereinbarter Besuchstermin aus vom Auftraggeber zu vertretenden Gründen aus, ist SLM berechtigt, Terminausfallgebühren wie folgt zu berechnen:

a) Firmenvideo, Fotopaket, Google Street View Trusted, Premium 3D-Tour:

- 4 Arbeitstage vor Termin: 100 Euro

- 2 Arbeitstage vor Termin: 170 Euro

- 1 Arbeitstag vor Termin bzw. am selben Tag: 350 Euro

b) Homepage, Homepage-Neugestaltung, App:

- 4 Arbeitstage vor Termin: 75 Euro

- 2 Arbeitstage vor Termin: 100 Euro

- 1 Arbeitstag vor Termin bzw. am selben Tag: 150 Euro

Als Arbeitstage werden die Wochentage Montag – Freitag vereinbart.

#### 5. Korrekturabzüge

Der Auftraggeber hat keinen Anspruch auf Korrekturabzüge oder Abdrucke. Sofern SLM einen Korrekturabzug übersendet, ist der Auftraggeber verpflichtet, diesen innerhalb der ihm gesetzten Frist an SLM zurückzusenden. Tut er dies nicht, gilt die Genehmigung zur Veröffentlichung als erteilt.

#### 6. Preise, Abnahme, Fälligkeit, Verzug, Kündigung

(1) SLM ist nach Ablauf der Abrechnungsperiode berechtigt, die Entgelte mit einer angemessenen Ankündigungsfrist von mindestens einem Monat zu ändern. Widerspricht der Auftraggeber der Änderung nicht binnen einer von SLM gesetzten angemessenen Frist, gilt die Änderung als genehmigt. SLM weist den Auftraggeber in der Änderungsmitteilung darauf hin, dass die Änderung wirksam wird, wenn er nicht widerspricht.

(2) Der Auftraggeber und SLM sind sich darüber einig, dass die Abnahme der Leistung durch die Zurverfügungstellung der Leistung durch SLM erfolgt. Soweit SLM dem Auftraggeber die Zurverfügungstellung der Leistung mitteilt, gilt die Abnahme als erteilt, wenn der Auftraggeber die Abnahme nicht binnen 7 Werktagen unter Angabe mindestens eines Mangels verweigert hat.

(3) SLM stellt dem Auftraggeber über die vertraglich vereinbarten Leistungen eine Rechnung aus. Rechnungen von SLM sind 14 Tage nach Rechnungsstellung sofort per Einzug und ohne Abzug fällig. (4) Der Auftraggeber kommt spätestens in Verzug, wenn er nicht innerhalb von 14 Tagen nach Fälligkeit und Zugang einer Rechnung oder gleichwertigen Zahlungsaufstellung leistet. Bei nicht fristgerechter Zahlung wird für die zweite vorgerichtliche Mahnung ein Kostenbetrag von EUR 3,00 berechnet. Darüber hinaus behält

sich SLM das Recht vor, Verzugszinsen in der gesetzlichen Höhe sowie Kosten einer zweckentsprechenden Rechtsverfolgung in Rechnung zu stellen.

(5) Ist vertraglich eine Ratenzahlung vereinbart und befindet sich der Auftraggeber mit der Zahlung einer Rate oder eines Betrages, der einer Rate entspricht, in Verzug, so wird die gesamte Forderung auf einmal fällig. Darüber hinaus ist SLM berechtigt, den Vertrag außerordentlich aus wichtigem Grund zu kündigen. Die Geltendmachung von Schadenersatz durch SLM bleibt vorbehalten.

(6) Eine Aufrechnung des Auftraggebers gegenüber Zahlungsansprüchen von SLM ist nur zulässig, wenn der zur Aufrechnung gestellte Anspruch des Auftraggebers unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.

#### 7. Laufzeit, Abonnement („Abo“) und Kündigung

(1) Der zwischen SLM und dem Auftraggeber geschlossene Vertrag endet mit Ablauf der vereinbarten Laufzeit, sofern keine automatische Verlängerung des Vertrags („Abo“) vereinbart wurde. Wurde eine automatische Verlängerung („Abo“) vereinbart, muss der Vertrag bis spätestens sechs Wochen vor Ablauf der jeweiligen Laufzeit gekündigt werden.

(2) Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund ist davon unberührt. SLM ist insbesondere unter folgenden Voraussetzungen zu einer Kündigung des Vertrags aus wichtigem Grund berechtigt:

a) Erhebliche Gefährdung der Vermögensverhältnisse des Auftraggebers;

b) Verzug des Auftraggebers mit der vereinbarten Vergütung, bei ratierlicher (monatlicher) Zahlungsweise mit einer Rate oder eines Betrages, der einer Rate entspricht;

c) Sonstige Einstellung von Zahlungen durch den Auftraggeber oder Ankündigung durch den Auftraggeber, dies tun zu wollen;

d) Einleitung von Zwangsvollstreckungsmaßnahmen oder eines Insolvenzverfahrens über das Vermögen des Auftraggebers.

(3) Jede Kündigung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Textform.

#### 8. Haftung

(1) Im Anwendungsbereich des TKG bleibt die darin enthaltene Haftungsregelung unberührt.

(2) Soweit gesetzlich zulässig, wird die Haftung von SLM auf das 5-fache der Auftragssumme beschränkt. Diese Beschränkung ersetzt nicht den Nachweis des Schadens.

(3) Die Haftung für alle übrigen Schäden auf Grund von Datenverlusten oder Hardwarestörungen, die durch Inkompatibilität, der auf dem PC-System des Auftraggebers vorhandenen Komponenten mit der neuen bzw. zu ändernden Hard- und Software verursacht werden und für Systemstörungen, die durch Dritte z.B. in Form von Hackerangriffen, oder die durch vorhandene Fehlkonfigurationen oder ältere, störende, nicht vollständig entfernte Treiber entstehen können, ist ausgeschlossen.

(4) Der Auftraggeber haftet für die Richtigkeit der von ihm übermittelten Daten. Erklärungen Dritter aus der Sphäre des Auftraggebers hat dieser gegen sich geltend zu lassen.

#### 9. Gewährleistung

SLM ist um sorgfältige Ausführung des erteilten Auftrages bemüht. Ein Fehler in der Darstellung des Auftrags liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:

a) durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware (z. B. Browser) und/oder Hardware;

b) durch Störung der Kommunikationsnetze des Internet-Providers, Online-Dienstes oder anderer Betreiber;

c) durch Rechnerausfall beim Internet-Provider, Online-Dienst oder bei anderen Betreibern;

d) durch Rechnerausfall bei SLM oder seinen Dienstleistern;

e) durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf Proxy-Servern (Zwischenspeichern).

SLM übernimmt keine Gewährleistung dafür, dass durch die Benutzung der von SLM geschuldeten Leistungen bestimmte Ergebnisse erzielt werden können.

#### 10. Moderation, Nutzersicherheit und Beschwerden

(1) SLM moderiert Nutzerinhalte gemäß geltendem Recht. Bei Hinweisen auf unzulässige Inhalte wird der Auftraggeber informiert und zur Stellungnahme sowie Entfernung der Inhalte aufgefordert. Erfolgt keine Reaktion, können Zugriffe gesperrt werden.

(2) Meldungen über rechtswidrige Inhalte sind über [dsa@sutter.ruhr](mailto:dsa@sutter.ruhr) einzureichen.

(Reaktionen erfolgen in der Regel innerhalb von 14 Tagen. Bei ungelösten Fällen ist eine außergerichtliche Streitbeilegung möglich.)

##### 11. Rückverfolgbarkeit und Verantwortung

(1) Der Auftraggeber ist zur wahrheitsgemäßen Angabe seiner Identität verpflichtet. SLM kann diese Daten überprüfen und im Rahmen gesetzlicher Vorgaben an Behörden weitergeben.

(2) Für veröffentlichte Inhalte trägt der Auftraggeber die alleinige Verantwortung und sichert zu, alle nötigen Rechte zu besitzen. Bei Rechtsverstößen können Inhalte entfernt und Zugänge gesperrt werden.

## 12. Zugangsdaten

(1) Der Auftraggeber erhält oder erstellt für bestimmte Produkte eine Benutzerkennung und ein Kennwort. Diese sind vertraulich zu behandeln und dürfen Dritten nicht zugänglich gemacht werden.

(2) Bei Verdacht auf Missbrauch oder Kenntnisnahme durch Dritte ist SLM unverzüglich zu informieren und das Kennwort zu ändern.

(3) Der Auftraggeber haftet für alle Handlungen, die unter Verwendung seiner Zugangsdaten erfolgen – insbesondere bei Änderungen im Homepage-Bereich mit wirtschaftlichen oder rechtlichen Folgen. Eine Haftung von SLM ist ausgeschlossen.

## 13. Nutzung von Werkzeugen aus dem Bereich „Künstliche Intelligenz“

(1) Der Auftraggeber stimmt zu, dass SLM im Rahmen der Auftragsbearbeitung Werkzeuge aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz nach billigem Ermessen nutzt.

(2) Trotz sorgfältiger Auswahl und Anwendung dieser Werkzeuge übernimmt SLM keine Haftung oder Gewährleistung für die Ergebnisse, Entscheidungen oder Handlungen, die auf den von diesen Werkzeugen bereitgestellten Informationen oder Analysen basieren.

(3) Wo immer möglich, setzt SLM KI-Werkzeuge ein, die nicht mit den von SLM eingegebenen Daten trainiert werden. Dennoch kann nicht gänzlich ausgeschlossen werden, dass einige dieser Tools die eingegebenen Daten für Trainingszwecke nutzen.

(4) Es obliegt dem Auftraggeber, sicherzustellen, dass er nur solche personenbezogenen Daten zur Verfügung stellt, die er zur Bearbeitung freigeben möchte, und er erkennt an, dass SLM keine Kontrolle über die Datenverarbeitungspraktiken Dritter hat.

## 14. Änderung der AGB

(1) SLM ist berechtigt, diese AGB mit einer Ankündigungsfrist von einem Monat zu ändern oder zu ergänzen, sofern es sich nicht um solche Klauseln handelt, die wesentliche Vertragsbestandteile darstellen. Die geänderten oder ergänzten Vertragsbedingungen werden dem Auftraggeber an die von ihm im Rahmen des Vertragsschlusses zu benennende E-Mail-Adresse übersandt.

(2) Widerspricht der Auftragnehmer den geänderten Vertragsbedingungen nicht innerhalb von vier Wochen nach Zugang der Änderungsmitteilung, werden die Änderungen wirksam. SLM wird den Auftraggeber im Rahmen der Übermittlung der geänderten Vertragsbedingungen auf sein Widerspruchsrecht hinweisen.

(3) Im Fall des Widerspruchs ist SLM berechtigt, die zwischen SLM und dem Auftraggeber bestehenden vertraglichen Vereinbarungen, in die diese AGB mit einbezogen wurden, ordentlich zu kündigen.

## 15. Kooperationspartner, Datenspeicherung, Übertragung an Dritte, Agenturen

(1) Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass die bestellte Werbung auch in andere Verzeichnisse und soziale Netzwerke übernommen wird. SLM haftet nicht für Abweichungen in Art und Umfang der Einträge.

(2) Name und Anschrift des Auftraggebers sowie alle für die Auftragsabwicklung erforderlichen Daten werden in automatisierten Dateien gespeichert, aufgrund der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen auch über den Zeitpunkt der Vertragserfüllung hinaus.

(3) SLM ist befugt, den Vertrag als Ganzes mit sämtlichen Rechten und Pflichten auf einen Dritten zu übertragen. Hierzu erteilt der Auftraggeber mit Vertragsschluss seine Zustimmung.

(4) Soweit der Auftrag über eine Agentur abgewickelt wird, haftet die Agentur für die Richtigkeit der übermittelten Daten. Eine Agenturvergütung für andere Agenturen setzt voraus, dass SLM die Texte der Eintragungen und technisch wiedergabefähige Vorlagen liefert und den Auftrag im eigenen Namen erteilt. Die von SLM gewährte Mittlervergütung (Provision) darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. SLM muss für jeden seiner Auftraggeber einen gesonderten Auftrag erteilen und alle zur ordnungsgemäßen Auftragsabwicklung erforderlichen Informationen bereitstellen.

## 16. Erfüllungsort, Gerichtsstand; anwendbares Recht

(1) Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Essen, soweit der Auftraggeber ein Kaufmann, ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen oder eine juristische Person des öffentlichen Rechts ist.

(2) Ist der Auftraggeber kein Kaufmann, wird als Gerichtsstand ebenfalls Essen vereinbart, falls der Auftraggeber zur Zeit der Klageerhebung keinen Gerichtsstand in Deutschland hat oder seinen gewöhnlichen Aufenthalt und/oder seinen Wohnsitz außerhalb Deutschlands hat oder dorthin verlegt hat oder sein Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt nicht bekannt ist.

(3) Es gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des internationalen Privatrechts sowie des UN-Kaufrechts.

## 17. Unwirksamkeit einzelner Klauseln

Sollte eine Bestimmung oder Klausel des vorliegenden Vertrages unwirksam sein oder werden, so gilt anstelle der unwirksamen Bestimmung oder Klausel dasjenige, was die Parteien anstelle der unwirksamen Bestimmung oder Klausel rechtlich wirksam vereinbart hätten. Die Vertragspartner sind verpflichtet, insoweit alle erforderlichen Erklärungen abzugeben.

## 18. Hinweis nach § 36 Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG)

SLM nimmt nicht an einem Streitbeilegungsverfahren im Sinne des Verbraucherstreitbeilegungsgesetzes teil. Es besteht diesbezüglich keine gesetzliche Verpflichtung.

Stand: 19.06.2026