

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Pfefferminzia Medien GmbH

für Anzeigen- und Werbeleistungen (ausschließlich B2B)

Stand: 1. Mai 2026

§ 1 Geltungsbereich und Vertragsparteien

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden: „AGB“) gelten für alle Verträge zwischen dem Auftraggeber und der Pfefferminzia Medien GmbH (im Folgenden: „Auftragnehmerin“) über die Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel sowie sonstiger Werbeleistungen des Auftraggebers (im Folgenden insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) auf folgenden Kanälen der Auftragnehmerin:
 - ▶ Website (www.pfefferminzia.de)
 - ▶ Elektronische Newsletter
 - ▶ Social-Media-Plattformen der Auftragnehmerin
 - ▶ Podcasts
 - ▶ E-Books
 - ▶ Printmedien
 - ▶ Video-Formate
2. Diese AGB gelten ausschließlich für Verträge mit Unternehmen im Sinne des § 14 BGB (B2B). Verbrauchern im Sinne des § 13 BGB steht kein Vertragsschluss nach diesen AGB offen.
3. „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten auf den genannten Kanälen der Auftragnehmerin zum Zwecke der Verbreitung.
4. Die Auftragnehmerin veröffentlicht die Anzeigen für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. die vertraglich vereinbarte Anzahl von Kalenderwochen oder sonstigen Buchungseinheiten gemäß Auftragsbestätigung und auf der vertraglich vereinbarten Werbefläche. Bei Formaten, bei denen die Parteien ausdrücklich eine bestimmte Anzahl von Ad Impressions als Leistungsziel vereinbart haben (z.B. bei CPM-basierten Buchungen außerhalb der Displaywerbung), gilt ergänzend § 12 Abs. 3.
5. Auftraggeber kann der Werbungtreibende selbst sein oder eine Agentur oder ein sonstiger Dienstleister, der im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und/oder Dienstleistungen wirbt. Tritt eine Agentur oder ein sonstiger Dienstleister als Auftraggeber auf, so ist der tatsächlich werbungtreibende Dritte (im Folgenden: „Werbungtreibender“) der Auftragnehmerin vor Vertragsschluss namentlich zu benennen. Der Vertrag kommt vorbehaltlich abweichender schriftlicher Vereinbarung mit der buchenden Agentur bzw. dem Dienstleister zustande. Haftungsschuldner für alle vertraglichen Verpflichtungen ist ausschließlich der benannte Werbungtreibende, sofern dieser der Auftragnehmerin vor Vertragsschluss schriftlich bestätigt hat, die Verpflichtungen aus dem Anzeigenauftrag zu übernehmen. Erfolgt keine solche Bestätigung, bleibt die buchende Agentur Haftungsschuldnerin.

6. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrags erkennt der Auftraggeber diese AGB in der bei Auftragserteilung jeweils gültigen Fassung sowie die jeweils gültige Preisliste der Auftragnehmerin als verbindlich an.
7. Abweichende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn dies von der Auftragnehmerin ausdrücklich schriftlich bestätigt wird.

§ 2 Vertragsschluss

1. Der Vertrag zwischen Auftraggeber und Auftragnehmerin kommt zustande, wenn die Auftragnehmerin den Auftrag schriftlich bestätigt oder der Auftraggeber ein von der Auftragnehmerin erstelltes Angebot ohne Änderungen schriftlich annimmt. Telefax und E-Mail wahren die Schriftform im Sinne dieser AGB.
2. Terminvereinbarungen und Platzierungswünsche des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn die Auftragnehmerin dies in der für den Vertragsschluss erforderlichen Form bestätigt hat.
3. Angebote der Auftragnehmerin sind freibleibend und unverbindlich, sofern sie nicht ausdrücklich als verbindlich gekennzeichnet sind.

§ 3 Werbemittel und Werbeleistungen

1. Werbemittel können z.B. aus Bildern, Texten, Tonfolgen, Bewegtbildern (u.a. Banner, Video) oder aus sensitiven Flächen bestehen, die beim Anklicken mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse eine Verbindung zu weiteren Daten herstellen, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).
2. Für die Schaltung von Advertorials und Sponsored Content (redaktionell gestaltete Werbeinhalte) gelten ergänzend die Regelungen in § 4 dieser AGB.
3. Für Schaltungen auf Social-Media-Plattformen gelten ergänzend die Regelungen in § 5 dieser AGB.
4. Die Auftragnehmerin übernimmt die dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Dies gilt für alle Kanäle und Formate gleichermaßen.

§ 4 Advertorials und Sponsored Content

1. Als Advertorials und Sponsored Content gelten alle redaktionell gestalteten Werbeinhalte, die in Form und Aufmachung einem redaktionellen Beitrag ähneln, jedoch werblichen Zwecken des Auftraggebers dienen.
2. Advertorials und Sponsored Content sind stets deutlich und eindeutig als Werbung zu kennzeichnen. Die Kennzeichnung erfolgt durch einen gut sichtbaren Hinweis wie „Anzeige“, „Werbung“ oder „Sponsored Content“ an prominenter Stelle. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, die Kennzeichnung selbst vorzunehmen oder vom Auftraggeber zu verlangen, dass dieser eine entsprechende Kennzeichnung vornimmt. Die Kosten hierfür trägt der Auftraggeber.
3. Der Auftraggeber ist verpflichtet, der Auftragnehmerin Advertorials und Sponsored Content so rechtzeitig in vollständiger und einwandfreier Form zu übermitteln, dass die Auftragnehmerin

die Einhaltung des Trennungsgebots zwischen Werbung und redaktionellem Inhalt (§ 6 DDG, § 22 MStV, § 5a UWG) prüfen kann.

4. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, Advertorials und Sponsored Content abzulehnen oder inhaltliche Änderungen zu verlangen, wenn deren Veröffentlichung gegen das Trennungsgebot, gesetzliche Vorschriften oder die journalistischen Grundsätze der Auftragnehmerin verstoßen

würde. Entstehende Mehrkosten durch Überarbeitungen, die auf Veranlassung des Auftraggebers erforderlich werden, trägt der Auftraggeber.

5. Die inhaltliche Verantwortung für Advertorials und Sponsored Content verbleibt beim Auftraggeber. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, die inhaltliche Richtigkeit der bereitgestellten Werbeinhalte zu prüfen.

§ 5 Social-Media-Schaltungen

1. Schaltungen auf Social-Media-Plattformen (insbesondere Facebook, Instagram, LinkedIn, X/Twitter und vergleichbare Plattformen) erfolgen nach Maßgabe der jeweils geltenden Nutzungsbedingungen und Werberichtlinien der jeweiligen Plattform.
2. Die Auftragnehmerin übernimmt keine Haftung und keine Garantie für die Erreichung bestimmter Reichweiten, Impressions oder sonstiger Performance-Kennzahlen auf Social-Media-Plattformen. Algorithmusänderungen, plattformseitige Einschränkungen, technische Ausfälle oder andere von der Auftragnehmerin nicht zu vertretende Umstände begründen keinen Anspruch des Auftraggebers auf Vergütungsminderung oder Schadensersatz.
3. Lehnt eine Social-Media-Plattform die Schaltung einer Anzeige ab oder entfernt sie eine bereits geschaltete Anzeige aufgrund ihrer eigenen Richtlinien, ist die Auftragnehmerin nicht verpflichtet, die vereinbarte Leistung in anderer Form zu erbringen. In diesem Fall steht dem Auftraggeber kein Anspruch auf Rückerstattung der Vergütung zu, es sei denn, die Ablehnung oder Entfernung ist auf ein Verschulden der Auftragnehmerin zurückzuführen.
4. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die für Social-Media-Schaltungen erforderlichen Werbemittel in den von der jeweiligen Plattform vorgeschriebenen Formaten und Spezifikationen zu liefern. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, Werbemittel in plattformkonforme Formate umzuwandeln.

§ 6 Abruf von Anzeigen

1. Ist im Rahmen des Vertrages das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen durch den Auftraggeber vereinbart – was insbesondere bei nicht nach Kalenderwochen abgerechneten Formaten wie Newsletter-Slots, Podcast-Platzierungen oder E-Book-Anzeigen der Fall sein kann –, so hat er diese innerhalb der zwischen den Parteien vereinbarten Frist zur Veröffentlichung abzurufen. Ist keine Frist vereinbart, so hat der Auftraggeber die Anzeigen binnen eines Jahres nach Vertragsschluss abzurufen. Nach Ablauf dieser Frist erlischt das Recht des Auftraggebers ersatzlos, Anzeigen abzurufen. Für Displaywerbung, die nach Kalenderwochen abgerechnet wird (§ 12 Abs. 2), findet diese Regelung keine Anwendung.

2. Ruft der Auftraggeber Anzeigen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig ab, so steht ihm kein Anspruch auf Rückzahlung der vereinbarten Vergütung zu.

§ 7 Pflichten des Auftraggebers / Werbemittelanlieferung

1. Die Werbemittel sind, wenn nicht anders vereinbart, spätestens 7 Tage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in vollständiger, einwandfreier und für die Schaltung geeigneter Form vom Auftraggeber anzuliefern. Diese Frist gilt auch für den Austausch von Werbemitteln innerhalb einer Kampagnenbuchung. Bei Printanzeigen richtet sich die Anlieferungsfrist nach dem in der Auftragsbestätigung bzw. im Mediadaten-Dokument ausgewiesenen Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe.
2. Plant der Auftraggeber während einer Kampagnenbuchung den Einsatz mehrerer Anzeigenmotive, so sind diese bereits zum Kampagnenstart anzuliefern. Außerplanmäßige Motivwechsel innerhalb einer Kampagnenbuchung sind nur nach vorheriger Absprache und unter Beteiligung an den technischen Kosten möglich.
3. Der Auftraggeber sichert der Auftragnehmerin zu, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt und die Anzeigen deutlich als Werbemittel erkennbar sind. Wird durch die Anzeige auf andere Seiten verwiesen (Link), so übernimmt der Auftraggeber eine Gewähr dafür, dass diese Seiten:
 - ▶ keine Rechte (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) Dritter verletzen,
 - ▶ nicht gegen sonstige gesetzliche Bestimmungen verstoßen und
 - ▶ keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links oder Verfahren beinhalten, die die Auftragnehmerin oder die Internetnutzer schädigen können oder der Verbreitung von Viren, Würmern oder Trojanern dienen.
4. Stellt der Auftraggeber der Auftragnehmerin die Werbemittel nicht so rechtzeitig zur Verfügung, dass die Anzeige zu dem vereinbarten Schaltungstermin veröffentlicht werden kann, so ist die Auftragnehmerin berechtigt, die Veröffentlichung zum nächstmöglichen Schaltungstermin vorzunehmen. Hat der Auftraggeber einen bestimmten Zeitraum gebucht, so verschiebt sich dieser entsprechend in die Zukunft, sofern dies terminlich möglich ist. Bei Formaten, bei denen keine Kalenderwochenabrechnung gemäß § 12 Abs. 2 gilt, kann der Auftraggeber sich statt mit einer Verschiebung des Veröffentlichungszeitraums mit einer geringeren Anzahl von Ad Impressions im ursprünglich vereinbarten Zeitraum einverstanden erklären; bei Displaywerbung (Kalenderwochenabrechnung) entfällt diese Wahlmöglichkeit, maßgeblich bleibt allein die Verschiebung des Buchungszeitraums. Keiner der genannten Fälle berechtigt den Auftraggeber zu einer Kürzung der ursprünglich vereinbarten Vergütung.
5. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Anzeige nach erstmaliger Schaltung zu prüfen und der Auftragnehmerin unverzüglich anzuzeigen, wenn die Anzeige Fehler bzw. Mängel aufweist.

§ 8 Rechte der Auftragnehmerin

1. Die Auftragnehmerin behält sich vor, Anzeigenaufträge abzulehnen, den (weiteren) Abruf von Anzeigen durch den Auftraggeber zu untersagen und die Abrufmöglichkeit zu entziehen, wenn:

- ▶ der Inhalt einer Anzeige gegen Gesetze oder behördliche Auflagen und Bestimmungen verstößt,
 - ▶ eine Anzeige Werbung Dritter oder für Dritte enthält, ohne dass dies der Auftragnehmerin zuvor zur Kenntnis gebracht worden ist,

 - ▶ die Veröffentlichung einer Anzeige für die Auftragnehmerin aufgrund ihres Inhalts (z.B. politisch extremistische Werbung, irreführende Inhalte, diskriminierende Aussagen), ihrer Herkunft oder ihrer technischen Form nicht möglich oder nicht zumutbar ist,
 - ▶ die Anzeige nicht den anwendbaren Werberichtlinien oder journalistischen Grundsätzen der Auftragnehmerin entspricht, oder
 - ▶ aufgrund einer Anzeige ein Streit zwischen der Auftragnehmerin und einem Dritten oder dem Auftraggeber und einem Dritten besteht, infolgedessen ein Dritter Schadensersatzansprüche gegen die Auftragnehmerin wegen der Veröffentlichung der Anzeige geltend machen könnte.
2. Macht die Auftragnehmerin von ihrem Ablehnungsrecht nach bereits erfolgter Veröffentlichung einer Anzeige Gebrauch, so ist der Auftraggeber berechtigt, der Auftragnehmerin eine neue oder geänderte Anzeige zur Verfügung zu stellen, die nicht gegen Abs. 1 dieses Paragraphen verstößt. Hierdurch eintretende Verzögerungen bei der Veröffentlichung gehen zu Lasten des Auftraggebers. Ein Recht auf Rückerstattung der Vergütung steht dem Auftraggeber in keinem Fall zu, wenn der Inhalt einer Anzeige gegen Abs. 1 verstößt.
3. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter verletzt werden, insbesondere ob gesetzliche Vorschriften des Wettbewerbs- und Urheberrechts verletzt werden.
4. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche erkennbar sind, bei der Veröffentlichung als „Anzeige“ zu kennzeichnen oder vom Auftraggeber zu verlangen, dass dieser eine entsprechende Kennzeichnung vornimmt. Die Kosten hierfür trägt der Auftraggeber. Die Auftragnehmerin kann die Anzeige auch vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbecharakter deutlich zu machen.
5. Der Auftraggeber ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung der Auftragnehmerin nicht berechtigt, Ansprüche aus dem Vertrag an Dritte abzutreten oder auf Dritte zu übertragen, wenn sich dadurch der Inhalt der Anzeige ändert.

§ 9 Freistellung

1. Der Auftraggeber stellt die Auftragnehmerin auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der ihr von dem Auftraggeber überlassenen Werbemittel und der Seiten, auf die durch einen Link in den Anzeigen verwiesen wird, von Dritten gegen sie geltend gemacht werden. Die Freistellung umfasst auch die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung in angemessenem Umfang.
2. Die vorstehenden Regelungen gelten sinngemäß auch für den Fall, dass der Auftraggeber aus anderen Gründen als zum Zwecke der Werbung der Auftragnehmerin Content (Text, Bild, Audio, Video) zur Verfügung stellt, insbesondere im Rahmen von Advertorials, Sponsored Content oder Gastbeiträgen. Auch in diesen Fällen obliegt es dem Auftraggeber, die Auftragnehmerin von Ansprüchen Dritter freizustellen, sollten diese im Zusammenhang mit dem zugelieferten Content erhoben werden.

3. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Auftragnehmerin unverzüglich über etwaige Ansprüche Dritter zu informieren und ihr auf Anforderung alle zur Rechtsverteidigung erforderlichen Informationen und Unterlagen zur Verfügung zu stellen.

§ 10 Mängelansprüche und Gewährleistung

1. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtiger oder unvollständiger Veröffentlichung der Anzeige nach seiner Wahl Anspruch auf Zahlungsminderung oder die Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nachbesserung). Lässt die Auftragnehmerin eine ihr zum Zwecke der Nacherfüllung vom Auftraggeber gesetzte angemessene Frist verstreichen, so steht dem Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung zu.
2. Gleiches gilt im Falle fehlerhaft erstellter Anzeigen durch die Auftragnehmerin beim elektronischen Newsletterversand. In diesem Fall kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten, wenn die Ersatzanzeige nicht mängelfrei ist.
3. Übliche Ausfallzeiten aufgrund von planmäßigen und außerplanmäßigen Wartungsarbeiten berechtigen den Auftraggeber nicht zur Kürzung der Vergütung oder zur Geltendmachung sonstiger Rechte. Gleiches gilt für Zeiten, in denen die Wiedergabe der Anzeige nicht möglich ist aus Gründen, die von der Auftragnehmerin nicht zu vertreten sind (z.B. höhere Gewalt, Streiks oder Hackerangriffe).
4. Die Auftragnehmerin unterrichtet den Auftraggeber unverzüglich, wenn an dem Anzeigentext oder an einer Vorlage noch Änderungen vorgenommen werden müssen.

§ 11 Haftung

1. Weitergehende Mängelansprüche sowie Ansprüche des Auftraggebers auf Schadenersatz aus positiver Vertragsverletzung, unerlaubter Handlung, Verletzung von Pflichten bei Vertragsverhandlungen oder Nichterfüllung sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht in Fällen:
 - ▶ des Vorsatzes oder der groben Fahrlässigkeit,
 - ▶ bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit,
 - ▶ wenn der Schaden auf einer schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruht, oder
 - ▶ Im Falle der Nichteinhaltung etwa übernommener Beschaffenheits- und Haltbarkeitsgarantien.
2. Wesentliche Vertragspflichten im Sinne dieser Regelung sind insbesondere die Pflicht der Auftragnehmerin zur Veröffentlichung der Anzeige im vereinbarten Zeitraum und auf der vereinbarten Werbefläche sowie sonstige vertragliche Nebenpflichten, deren schuldhafte Verletzung dazu führen kann, dass die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird. Der Höhe nach ist die Haftung stets auf den Ersatz des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt.
3. Im Falle zwingender gesetzlicher Haftung, etwa nach dem Produkthaftungsgesetz, gelten vorstehende Haftungsbeschränkungen nicht.

4. Ansprüche des Auftraggebers gegen die Auftragnehmerin wegen entgangenen Gewinns sind – gleich aus welchem Rechtsgrund – ausgeschlossen.

§ 12 Vergütung, Abrechnung und Zahlung

1. Die Vergütung richtet sich nach der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Preisliste der Auftragnehmerin, sofern keine abweichenden Preise schriftlich vereinbart wurden.
2. Displaywerbung (insbesondere Banner und vergleichbare grafische Werbemittel auf der Website der Auftragnehmerin) wird auf Basis von Kalenderwochen abgerechnet. Maßgeblich für die Abrechnung ist die Anzahl der gebuchten Kalenderwochen gemäß Auftragsbestätigung. In der Auftragsbestätigung ausgewiesene Ad-Impression-Prognosen (Sichtkontakte) dienen ausschließlich zur Orientierung des Auftraggebers; sie stellen keine zugesicherte Eigenschaft dar und sind für die Abrechnung nicht relevant. Ein Anspruch auf Vergütungsminderung wegen Nichterreichens prognostizierter Ad-Impression-Werte besteht nicht.
3. Soweit die Abrechnung nicht auf Basis von Kalenderwochen gemäß Abs. 2 erfolgt (z.B. bei CPM-basierten Buchungen, Newsletter- oder Podcast-Formaten), erfolgt die Abrechnung auf Basis des von der Auftragnehmerin erstellten Reportings. Weicht ein von dem Auftraggeber erstelltes Reporting hiervon erheblich ab, so bemühen sich die Parteien um eine einvernehmliche

Regelung, welche Reportingzahlen der Abrechnung zu Grunde gelegt werden; es kann ein Mittelwert vereinbart werden.

4. Rechnungen sind innerhalb von 7 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug werden die fälligen Forderungen mit 9 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz gemäß § 288 Abs. 2 BGB verzinst. Die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugschadens bleibt vorbehalten.
5. Die Auftragnehmerin behält sich das Recht vor, vom Auftraggeber Vorkasse zu verlangen. Dies gilt auch für den Fall, dass der Auftraggeber sich bereits im Zahlungsverzug mit einer Zahlung befindet und weitere Aufträge vom Auftraggeber erteilt worden sind. Die Auftragnehmerin kann die Ausführung weiterer Aufträge oder die Veröffentlichung von Anzeigen von einer Vorauszahlung oder dem vollständigen Ausgleich bereits fälliger Rechnungen durch den Auftraggeber abhängig machen.
6. Wird dem Auftraggeber bei Auftragserteilung aufgrund eines vereinbarten Buchungsvolumens ein Rabatt gemäß der gültigen Rabattstaffel der Auftragnehmerin gewährt, erfolgt am Ende des vertraglich vereinbarten Bezugszeitraums (in der Regel zum Ende des jeweiligen Kalenderjahres, sofern nichts anderes vereinbart wurde) eine Abrechnung auf Basis des tatsächlich erreichten Volumens: Übersteigt der gewährte Rabatt den nach der Rabattstaffel für das tatsächliche Volumen gültigen Satz, wird die Differenz dem Auftraggeber nachberechnet. Liegt das tatsächliche Volumen über der bei Auftragserteilung zugrunde gelegten Staffelstufe, wird dem Auftraggeber die entsprechende Differenz gutgeschrieben. Die Auftragnehmerin wird den Auftraggeber auf eine drohende Verfehlung des Mindestvolumens rechtzeitig, mindestens jedoch vier Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums, hinweisen.

7. Im Falle der Insolvenz des Auftraggebers oder der Beantragung eines Insolvenzverfahrens über das Vermögen des Auftraggebers ist die Auftragnehmerin berechtigt, den Vertrag fristlos zu kündigen. Bereits fällige Forderungen der Auftragnehmerin werden in diesem Fall sofort zur Zahlung fällig.

§ 13 Reporting und Anzeigenbeleg

1. Die Auftragnehmerin liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Screenshot der veröffentlichten Anzeige als Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung der Auftragnehmerin über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
2. Auf Anfrage des Auftraggebers liefert die Auftragnehmerin ein Reporting über die Veröffentlichung der Anzeige. Art, Umfang und Format des Reportings richten sich nach den technischen Möglichkeiten der jeweiligen Plattform und werden vor Vertragsschluss abgestimmt. Ein Anspruch auf ein bestimmtes Reporting-Format besteht nur, wenn dies ausdrücklich schriftlich vereinbart wurde.
3. Bei Schaltungen auf Social-Media-Plattformen ist die Auftragnehmerin für die Richtigkeit und Vollständigkeit der von der jeweiligen Plattform bereitgestellten Statistiken nicht verantwortlich.

§ 14 Urheberrecht und Werbemittelaufbewahrung

1. Die Auftragnehmerin verpflichtet sich, die Rechte des Auftraggebers an den Werbemitteln, insbesondere das Urheberrecht, zu wahren.
2. Die Pflicht zur Aufbewahrung vom Auftraggeber übersandter Werbemittel endet drei Monate nach Ablauf des vereinbarten Veröffentlichungszeitraums. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, die Werbemittel darüber hinaus unbegrenzt aufzubewahren.
3. Soweit der Auftraggeber der Auftragnehmerin Werbemittel oder sonstigen Content zur Verfügung stellt, räumt er der Auftragnehmerin hiermit alle zur Erfüllung des Vertrages erforderlichen Nutzungsrechte (insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung und öffentlichen Zugänglichmachung) für die Dauer des Vertrages und auf den vereinbarten Kanälen ein.

§ 15 Datenschutz und Werbetransparenz

1. Die Parteien verarbeiten personenbezogene Daten im Rahmen der Vertragsdurchführung jeweils als eigenverantwortliche Stellen im Sinne der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Jede Partei ist für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften im Rahmen ihres eigenen Verarbeitungsbereichs eigenverantwortlich.

2. Soweit die Auftragnehmerin im Rahmen der Vertragsdurchführung personenbezogene Daten im Auftrag des Auftraggebers verarbeitet (Auftragsverarbeitung im Sinne von Art. 28 DSGVO), schließen die Parteien auf Anforderung einer der Parteien eine gesonderte Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung gemäß Art. 28 DSGVO ab.
3. Bei der Schaltung von Werbemitteln auf der Webseite der Auftragnehmerin oder in deren Newslettern können im Rahmen des Trackings (z.B. Messung von Ad Impressions, Klickraten) personenbezogene Daten der Endnutzer verarbeitet und auf deren Endgeräten Informationen gespeichert oder abgerufen werden. Soweit hierfür nach § 25 TTDSG eine Einwilligung der Endnutzer erforderlich ist, stellt die Auftragnehmerin durch geeignete Consent-Management-Mechanismen sicher, dass eine solche Einwilligung eingeholt wird. Der Auftraggeber stellt seinerseits sicher, dass er für die von ihm veranlasste Datenverarbeitung über eine ausreichende Rechtsgrundlage verfügt, und hält die Auftragnehmerin insoweit von etwaigen Ansprüchen Dritter frei.
4. Soweit Werbeschaltungen auf Plattformen erfolgen, die dem Digital Services Act (DSA, Verordnung (EU) 2022/2065) unterliegen, ist der Auftraggeber verpflichtet, der Auftragnehmerin auf Anforderung alle Informationen bereitzustellen, die zur Erfüllung der Transparenzpflichten nach Art. 26 DSA erforderlich sind, insbesondere Angaben dazu, wer für die Werbung verantwortlich ist, in wessen Auftrag die Werbung geschaltet wird und nach welchen wesentlichen Targeting-Parametern die Zielgruppe definiert wurde. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, eine Schaltung abzulehnen, wenn der Auftraggeber die erforderlichen Angaben nicht fristgerecht übermittelt.
5. Näheres zur Datenverarbeitung durch die Auftragnehmerin ergibt sich aus deren Datenschutzerklärung, abrufbar unter www.pfefferminzia.de/datenschutz.

§ 16 Stornierung

1. Eine Stornierung des Auftrags durch den Auftraggeber ist möglich. Sie bedarf der Textform (Brief, Fax, E-Mail). Als Zugangszeitpunkt gilt bei einer Stornierung per E-Mail der Eingang während der üblichen Geschäftszeiten der Auftragnehmerin (Montag bis Freitag, 9:00–18:00 Uhr); außerhalb dieser Zeiten gilt der nächste Werktag als Zugangstag.
2. Für digitale Anzeigenaufträge (Website, Newsletter, Social Media, Podcast, E-Book, Video) gilt folgende Stornierungsstaffel:
 - ▶ Bei Stornierung mindestens vier Wochen vor Kampagnenstart: kostenfrei.
 - ▶ Bei Stornierung weniger als vier Wochen, aber vor Kampagnenstart: 50 Prozent der vereinbarten Vergütung.
 - ▶ Bei Stornierung nach erstmaligem Kampagnenstart bzw. nach Ablauf des vertraglich vereinbarten erstmaligen Schaltungstermins: 100 Prozent der vereinbarten Vergütung.
3. Für Printanzeigen gilt abweichend eine Zwei-Stufen-Regelung ohne Mittelstufe: Eine kostenfreie Stornierung ist ausschließlich bis zum Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe möglich, wie er in der Auftragsbestätigung oder den jeweils gültigen Mediadaten der Auftragnehmerin ausgewiesen ist. Nach Ablauf des Anzeigenschlusses ist die Auftragnehmerin berechtigt, 100 Prozent der vereinbarten Vergütung in Rechnung zu stellen. Eine Abstufung wie bei digitalen Aufträgen findet für Printanzeigen nicht statt.

4. Als Stornierung gilt es auch, wenn der Auftraggeber der Auftragnehmerin die Werbemittel nicht zur Verfügung stellt mit der Folge, dass eine Veröffentlichung der Anzeige nicht stattfinden kann.
5. Der Auftraggeber ist berechtigt, nachzuweisen, dass der Auftragnehmerin durch die Stornierung kein oder ein geringerer Schaden entstanden ist. In diesem Fall ist die jeweils anfallende Stornierungsgebühr entsprechend zu reduzieren.

§ 17 Laufzeit und Kündigung

1. Jeder Auftragsauftrag hat eine im Vertrag festgelegte Laufzeit. Sofern keine Laufzeit vereinbart ist, gilt der Auftrag mit vollständiger Erbringung der vereinbarten Leistung (Veröffentlichung der Anzeige für die vereinbarte Dauer bzw. die vereinbarte Anzahl von Kalenderwochen oder sonstigen Buchungseinheiten) als beendet.
2. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt für die Auftragnehmerin insbesondere vor, wenn der Auftraggeber mit der Zahlung fälliger Rechnungen trotz Mahnung und Fristsetzung in Verzug gerät oder über das Vermögen des Auftraggebers ein Insolvenzverfahren beantragt oder eröffnet wird.

§ 18 Schlussbestimmungen

1. Erfüllungsort ist der Sitz der Auftragnehmerin.
2. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag ist Hamburg, sofern der Auftraggeber Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.
3. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).
4. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Anstelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung gilt diejenige wirksame und durchführbare Regelung als vereinbart, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.
5. Nebenabreden, Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform; Telefax und E-Mail genügen. Dies gilt auch für die Aufhebung des Schriftformerfordernisses selbst.
6. Änderungen dieser AGB werden dem Auftraggeber mindestens 30 Tage vor Inkrafttreten in Textform mitgeteilt. Bei redaktionellen Anpassungen und nicht-wesentlichen Klarstellungen, die den Vertragsinhalt nicht zum Nachteil des Auftraggebers verändern, gelten die geänderten AGB als

akzeptiert, wenn der Auftraggeber nicht innerhalb von 14 Tagen nach Zugang der Mitteilung in Textform widerspricht; die Auftragnehmerin wird den Auftraggeber in der Änderungsmitteilung ausdrücklich auf diese Folge hinweisen. Bei wesentlichen Änderungen des Vertragsinhalts (insbesondere Vergütung, Zahlungsfristen oder Haftungsregelungen) bedarf es der ausdrücklichen Zustimmung des Auftraggebers.

