Allgemeine Geschäftsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für die Erbringung von Medialeistungen

Stand: August 2026

1. Gegenstand und Geltungsbereich

1.1 Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) gelten für alle Geschäftsbeziehungen zwischen der Otto GmbH & Co. KGaA („**OTTO**“) und Werbetreibenden bzw. Agenturen (nachfolgend einheitlich „**Advertiser**“ genannt) hinsichtlich der Erteilung und Durchführung von Werbeaufträgen für von OTTO vermarktete Websites und sonstige Online-Medien, auf Social Media Plattformen, in Newslettern oder auf Druckerzeugnissen zum Zwecke der Verbreitung.

2. Begriffsdefinitionen

2.1 **„Ad Impression“** meint den Aufruf einer Website oder eines sonstigen Online-Mediums, welches ein von der Insertion Order erfasstes Werbemittel enthält. Nicht erforderlich für eine Ad Impression ist, dass der Nutzer das Werbemittel „anklickt“.

2.2 **„CPC“** (Cost-per-Click) ist der unter einer Insertion Order vereinbarte Geldbetrag, der von dem Advertiser für den „Klick“ eines Nutzers auf ein von der Insertion Order erfasstes Werbemittel zu zahlen ist. Sofern das Werbemittel im Rahmen eines Gebotsverfahrens platziert wird, unterliegt der CPC Schwankungen.

2.3 „**Creative Services**“ sind solche Leistungen, die die Erstellung von Werbemitteln zum Gegenstand haben. In der Regel werden Creative Services für Sponsored Display Ads und für Digital out of Home Kampagnen erbracht und beinhalten insbesondere die Erstellung von Werbemitteln auf Basis von Rohmaterial des Advertisers oder die Optimierung und Bearbeitung der Werbemittel des Advertisers für die Umsetzung solcher Medialeistungen. Creative Services werden in einer Insertion Order für Werbemittel separat ausgewiesen oder mit einer separaten Insertion Order beauftragt.

2.4 „**DSP**“ (Demand-Side Platform) ist eine Plattform, die vom Advertiser eingesetzt wird, um automatisiert und zentralisiert Medien zur Ausspielung von Werbemitteln einzukaufen.

2.5 „**DSP-Vertrag**“ ist ein Vertrag über die Nutzung der OTTO DSP. Der DSP-Vertrag wird zwischen OTTO und dem Advertiser separat abgeschlossen.

2.6 **„Insertion Order“** meint einen Vertrag zwischen dem Advertiser und OTTO über die Erbringung von Medialeistungen auf bestimmten Online-Medien oder in Druckerzeugnissen.

2.7 **„Medialeistungen“** meint die unter einer Insertion Order von OTTO zu erbringenden Leistungen, also insbesondere die Auslieferung von Werbemitteln und/oder die Durchführung von Werbekampagnen („**Kampagne**“).

2.8 **„Online-Medien“** meint sämtliche Webseiten, Plattformen (z.B. Social Media Plattformen), Apps und sonstige digitale Medien (z.B. Newsletter), die gemäß der zwischen den Parteien getroffenen Vereinbarung zum Gegenstand einer Insertion Order gemacht werden.

2.9 **„TKP“** (Tausenderkontaktpreis) ist der unter einer Insertion Order vereinbarte Geldbetrag, der von dem Advertiser für eine Medialeistung je 1.000 Nutzer je Abrechnungsmodus (z.B. Ad Impression oder Anzahl der versendeten Printmedien) zu zahlen ist.

2.10 **„Werbemittel“** meint die unter einer Insertion Order vereinbarten Werbemittel, wie z.B. Banner oder Paketbeileger, die von OTTO auf den in der Insertion Order vereinbarten (Online-) Medien auszuliefern sind.

3. Abschluss von Insertion Orders

3.1 Die Durchführung von Medialeistungen erfolgt auf der Grundlage von Insertion Orders.

3.2 Alle Angebote von OTTO zum Abschluss von Insertion Orders sind freibleibend, soweit das jeweilige Angebot nicht ausdrücklich als verbindliches Angebot bezeichnet ist.

3.3 Der Abschluss einer Insertion Order bedarf der Textform. OTTO haftet nicht für etwaige Übermittlungsfehler oder Datenverlust bei der Übermittlung. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt eine Insertion Order erst nach Auftragsbestätigung zumindest in Textform durch OTTO verbindlich zustande. Soweit der Advertiser einen DSP-Vertrag mit OTTO abgeschlossen hat, kommt die Insertion Order im Rahmen der DSP-Services zu den im DSP-Vertrag genannten Bedingungen zustande.

3.4 In der Insertion Order werden die von OTTO zu erbringenden Medialeistungen und die von dem Advertiser zu zahlende Vergütung vereinbart. Ergänzend gelten diese AGB. Diese AGB sind Bestandteil jeder Insertion Order, auch wenn auf diese AGB nicht noch einmal ausdrücklich verwiesen wird. Von diesen AGB abweichende Geschäftsbedingungen des Advertisers sind nur gültig, soweit sie von OTTO schriftlich anerkannt sind. Dies gilt auch, wenn den Geschäftsbedingungen des Advertisers nicht ausdrücklich widersprochen worden ist.

3.5 Vertragsparteien der Insertion Order sind OTTO und der Advertiser. Wenn der Advertiser eine Agentur ist, handelt die Agentur im eigenen Namen und für eigene Rechnung, also nicht in Vertretung ihrer Kunden. Jedoch ist die Agentur verpflichtet, den Namen des Werbekunden, für den die Agentur Medialeistungen bei OTTO beziehen will, vorab namentlich offenzulegen und auf entsprechende Nachfrage von OTTO unverzüglich einen entsprechenden Nachweis der Beauftragung zu erbringen. Während einer laufenden Insertion Order ist die Agentur nicht berechtigt, den Werbekunden, für den die Kampagne gebucht wurde, zu

wechseln bzw. durch Werbung für einen anderen Werbekunden, der nicht in der Insertion Order namentlich benannt war, auszutauschen. Abweichende Vereinbarungen können in der Insertion Order vereinbart werden.

3.6 Der Advertiser ist nicht berechtigt, die Insertion Order auf Dritte zu übertragen und/oder Dritten Rechte unter der Insertion Order einzuräumen.

4. Durchführung von Insertion Orders

4.1 Die Erbringung der Medialeistungen erfolgt innerhalb des in der jeweiligen Insertion Order vereinbarten Zeitraums und/oder bis zur Erreichung des in der Insertion Order festgelegten Volumens. OTTO wird alle geschäftlich zumutbaren Anstrengungen unternehmen, die Werbeleistung gemäß den Bestimmungen der Insertion Order bereitzustellen.

4.2 Bei Online-Medien behält sich OTTO hinsichtlich des in der jeweiligen Insertion Order vorgesehenen Auslieferungstermins ein Schieberecht von plus/minus drei Tagen vor. Zudem ist OTTO berechtigt, einen vereinbarten Auslieferungstermin zu verschieben bzw. ausfallen zu lassen, soweit ein Online-Medium, bei dem das entsprechende Werbemittel geschaltet werden soll, zu dem vereinbarten Auslieferungstermin nicht verfügbar ist oder wenn aufgrund von technischen Umständen, die außerhalb des Verantwortungsbereichs von OTTO liegen, eine Auslieferung zu diesem Termin nicht möglich ist.

Im Printbereich kann es aufgrund saisonaler Schwankungen und je nach Auswahl von Selektionskriterien bei der Streuung der Werbemittel zu Verzögerungen kommen. Der vereinbarte Kampagnenzeitraum ist daher, sofern nichts anderes ausdrücklich schriftlich vereinbart ist, für OTTO unverbindlich. Restmengen werden in Absprache mit dem Advertiser innerhalb von drei (3) Monaten nach Kampagnenende gestreut.

4.3 Eine bestimmte Anzahl von Ad Impressions oder Clicks und/oder ein sonstiger Leistungserfolg ist nur dann geschuldet, wenn dies in der jeweiligen Insertion Order ausdrücklich vereinbart worden ist.

4.4 Ebenso ist eine Auslieferung der Werbemittel auf einem bestimmten Online-Medium nur dann geschuldet, wenn dies in der jeweiligen Insertion Order ausdrücklich vereinbart worden ist. Ansonsten hat der Advertiser keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbemittel in einem bestimmten Online-Medium, an einer bestimmten Position des jeweiligen Online-Mediums und/oder auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf das jeweilige Werbemittel. Insbesondere hat der Advertiser keinen Anspruch auf eine Auslieferung im unmittelbar sichtbaren Bereich eines Online-Mediums. Soweit die Auslieferung der Werbemittel in einem bestimmten Umfeld vereinbart worden ist, ist OTTO zur Umplatzierung nur dann berechtigt, wenn durch die Umplatzierung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung des Werbemittels ausgeübt wird.

4.5 Werbemittel des Advertisers dürfen neben anderen Produkten auf dem jeweiligen Werbemedium abgebildet sein.

4.6 OTTO ist berechtigt, sich zur Erfüllung der vertraglichen Pflichten der Leistungen Dritter zu bedienen.

4.7 Soweit die Insertion Order die Ausspielung von Werbebannern vorsieht, gelten folgende Besonderheiten:

• Die Auslieferung des Werbebanners erfolgt gesteuert durch den Adserver gemäß Insertion Order im Auftrag. Schwankungen im Nutzungsverhalten können zu vorzeitiger oder verzögerter Auslieferung führen, die in vertretbarem Maße zu tolerieren sind.

• OTTO ist berechtigt, die vom Advertiser erhaltenen Werbebanner nach Ablauf der letzten vereinbarten Werbeschaltung zu speichern und aufzubewahren. Einmal geschaltete Motive können später zu Dokumentationszwecken oder als Muster wiedergegeben werden.

5. Werbemittel

5.1 Der Advertiser ist verpflichtet, OTTO die auszuliefernden Werbemittel und nötigen Daten, wie z.B. Zielseiten-URLs oder AdTags, im vorgegebenen Format rechtzeitig zur Verfügung zu stellen, soweit dies in der jeweiligen Insertion Order nicht ausdrücklich anders vereinbart worden ist. Sollte in der Insertion Order keine gesonderte Terminvereinbarung enthalten sein, so sind die erforderlichen Daten und Unterlagen mindestens 14 Tage vor vorgesehener Bereitstellung über den Adserver bzw. vor dem geplanten Druck vom Advertiser zu übermitteln.

5.2 Die Bereitstellung der Werbemittel hat im Einklang mit den von OTTO vorgegebenen technischen Spezifikationen zu erfolgen. Die technischen Spezifikationen in ihrer jeweils aktuellen Fassung wird OTTO dem Advertiser auf Anfrage zur Verfügung stellen.

5.3 Nachträgliche Änderungswünsche an den Druckvorlagen/Werbemitteln des Advertisers wird OTTO nach Möglichkeit berücksichtigen und durchführen. Die Kosten für vom Advertiser gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen/Werbemittel hat der Advertiser zu tragen. Im Fall der nachträglichen Änderung von Werbemitteln kann die fristgerechte Schaltung nicht mehr gewährleistet werden.

5.4 Wird durch Verschulden OTTO weniger als das vereinbarte Volumen geliefert, mindert sich der Rechnungsbetrag um den Anteil der Unterlieferung. Etwaiger Schaden durch Unterlieferung wird von OTTO nicht ersetzt. Liefert der Advertiser eine höhere als die vereinbarte Menge an Print-Werbemitteln, so ist OTTO berechtigt, aber nicht verpflichtet, ohne Rücksprache mit dem Advertiser auch diese Werbemittel bis zu 5% über der ursprünglich vereinbarten Menge zu streuen und in Rechnung zu stellen.

5.5 Durch die Übermittlung der Werbemittel räumt der Advertiser OTTO zur Erfüllung der Leistungspflichten durch OTTO die folgenden nichtausschließlichen, weltweiten, übertragbaren, zeitlich und räumlich nicht beschränkten Rechte (einschließlich des Rechts zur Erteilung von Unterlizenzen) ein, soweit dies erforderlich ist:

- das Vervielfältigungs- und Verbreitungsrecht, d. h. das Recht, das Material beliebig – auch auf anderen als den ursprünglich verwendeten Bild-/Ton-/Datenträgern – zu vervielfältigen und zu verbreiten z.B. in

körperlichen Festlegungen, insbesondere in allen Print-Medien (Katalogen, Prospekten, Werbe-, Verkaufsförderungs- und PR-Mitteln, etc.) und/oder vervielfältigen und/oder verbreiten zu lassen;

- das Abruf- und Onlinerecht, d.h. das Recht, das Material zur umfassenden unkörperlichen elektronischen Nutzung mittels analoger, digitaler oder anderweitiger Speicher- bzw. Datenfernübertragungstechnik, mit oder ohne Zwischenspeicherung, drahtlos oder mittels Kabel zur Verfügung zu stellen, vor allem das Recht, Online-Nutzungen des Materials im Wege der Datenfernübertragung Dritten derart öffentlich zugänglich zu machen, dass diese von einem von ihnen individuell gewählten Ort zu einer von ihnen individuell gewählten Zeit Zugang zum Material haben und dieses etwa mittels PC, E-Reader, Mobiltelefon oder sonstigen mobilen oder stationären Endgeräten unter Verwendung sämtlicher Protokolle und Sprachen drahtgebunden oder nichtdrahtgebunden bzw. mittels Internet, Intranet, Telekommunikationsdiensten, Push-/Pull-Techniken, Cloud Computing (einschließlich des Rechts zur unbefristeten Synchronisierung des persönlichen Online-Speichers) etc., online und offline sowie in jeglicher anderer analoger oder digitaler Weise zu nutzen; ausdrücklich umfasst ist auch jede Form der Nutzung im Wege des Streaming und/oder jede (andere) Form des Web-Publishing;
- eingeschlossen ist das Recht, die Arbeitsergebnisse einem begrenzten Empfängerkreis (z.B. Krankenhäuser, Schulen, Hotels, Flugzeuge, Schiffe) oder einem unbestimmten Personenkreis auf Abruf zugänglich zu machen,
- das Recht zur Werbung, d.h. das Recht, das Material zu Werbezwecken zu nutzen, z.B. in Programmvorschauen, im Fernsehen, im Kino, in Druckschriften (Werbeanzeigen, Plakate, Programmankündigungen etc.);
- Telefonmehrwertdiensten, im Internet (z. B. Popup-Fenster, Werbebanner etc.) zu nutzen, wobei diese Werbeformen nicht abschließend sind;
- das Datenbank- und Telekommunikationsrecht, d.h. das Recht, das Material in elektronischen Datenbanken und Datennetzen einzuspeisen und gegen Entgelt oder unentgeltlich mittels digitaler oder analoger Speicher oder Übertragungstechnik über Kabel, Satellit, elektronische Daten-Telefondienste, Onlinedienste oder andere Übertragungswege Nutzern derart zur Verfügung zu stellen, dass diese das Material auf jeweils individuellen Abruf mittels eines Fernseh- und/oder sonstigen Gerätes auch zur interaktiven Nutzung empfangen können ("Television-on-demand", "Video-on-demand", "Near-Video-on-Demand", "Online" etc). Umfasst ist das Recht das Material zu indexieren, auf Datenplattformen für (Voll)Textsuche jeglicher Art einzustellen und Nutzern so für Inhaltsrecherchen zugänglich zu machen;
- das Bearbeitungsrecht, d. h. das Recht, die Inhalte beliebig zu bearbeiten, insbesondere zu ändern, zu kürzen, zu ergänzen und mit anderen Inhalten zu verbinden.

OTTO ist es insbesondere auch gestattet, die vorgenannten Handlungen durch Dritte vornehmen zu lassen.

Die Rechteeinräumung umfasst die erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken- und sonstigen Rechte, soweit dies zur Durchführung der Insertion Order erforderlich ist. Sofern es sich beim Vertragsgegenstand um Werbebanner handelt, erfasst das Nutzungsrecht auch die Inhalte des Banners und den darin enthaltenen Kennzeichen und Elemente der Produktgestaltung.

Aus Gründen der Klarstellung wird festgehalten, dass OTTO dazu berechtigt ist, die von der eingesetzten DSP an OTTO übermittelten Rückkanalinformationen (z.B. URL der Website, auf der das Werbemittel ausgeliefert wurde) zu eigenen Zwecken und/oder zu Zwecken Dritter zu nutzen, insofern OTTO von der DSP ein entsprechendes Nutzungsrecht an diesen Informationen eingeräumt bekommt.

5.6 Der Advertiser sichert zu, dass die von ihm bereitgestellten Werbemittel sowie die darüber verlinkten Webseiten

- frei von Rechten Dritter sind und er über alle erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Marken-, Persönlichkeits- und sonstigen Rechte verfügt, um OTTO und den Anbietern der Online-Medien die Nutzung der Werbemittel frei von Rechten Dritter zu ermöglichen;
- klar und eindeutig den werblichen Charakter erkennen lassen;
- keine gewalt- oder kriegsverherrlichenden, drogen- und rauschmittelverherrlichenden, militärischen, pornografischen, jugendgefährdenden, rassistischen, volksverhetzenden oder menschenverachtenden Inhalte enthalten;
- keine Propagandamittel oder Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen enthalten;
- keine politische Partei bewirbt;
- den Handel mit Pelz oder 0900-Nummern Services fördert;
- nicht zu einer Straftat auffordern, zum Rassenhass aufstacheln oder für eine terroristische Vereinigung werben;
- keine sonstigen rechtswidrigen Inhalte aufweisen;
- die gesetzlichen Anforderungen des Landes, in dem sie aufgerufen werden können, oder in dem der Advertiser seinen Sitz hat, erfüllen;
- keine Inhalte enthalten, die allgemein geeignet sind, das Ansehen von OTTO oder einem mit OTTO verbundenen Unternehmen zu beeinträchtigen;
- keine Malware enthalten oder solche übertragen;
- ohne vorherige schriftliche Einverständniserklärung von OTTO Werbebanner mit Mechanismen oder Funktionalitäten zu versehen, durch die Nutzer der jeweiligen Webseite erfasst oder Daten über diese gesammelt werden (wie etwa durch Cookies, Markern oder vergleichbares);
- auf der Zielseiten-URL keine Technologien oder Funktionalitäten verwenden, durch die die "Zurück"-Funktion im Webbrowser der Nutzer außer Kraft gesetzt wird.

5.7 Im Falle einer Verletzung der vorstehenden Zusicherung stellt der Advertiser OTTO von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die diese gegen OTTO geltend machen, auf erstes Anfordern frei, und trägt die Kosten und Aufwendungen (einschließlich angemessener Rechtsanwaltskosten), die OTTO aufgrund derartiger Ansprüche Dritter entstehen. Ist der Advertiser aufgrund des konkreten Werbemittels oder ähnlicher Werbemittel abgemahnt worden oder hat er bereits eine Unterlassungsklage bezüglich bestimmter Inhalte abgegeben, so ist der Advertiser verpflichtet, OTTO hierüber unaufgefordert unverzüglich schriftlich zu informieren. Unterlässt der Advertiser dies, so ist OTTO schon aus diesem Grunde nicht haftbar für eine dem Advertiser durch eine wiederholte Veröffentlichung des beanstandeten Werbemittels oder Inhalts entstehenden Schaden.

5.8 Es besteht keine Verpflichtung für OTTO, die von dem Advertiser bereit gestellten Werbemittel vor der Auslieferung zu prüfen.

5.9 Falls die Werbemittel nicht den geltenden technischen Spezifikationen entsprechen oder gegen einer der vorstehenden Zusicherungen verstoßen, ist OTTO berechtigt, diese zurückzuweisen bzw. eine bereits laufende Kampagne zu stoppen.

Bei nicht vertragsgemäßer, insbesondere verspäteter Zurverfügungstellung der erforderlichen Daten und Informationen oder bei mangelnder Schaffung anderer technischer Voraussetzungen, welche jedoch erforderlich sind, verschiebt sich die Verpflichtung von OTTO zur Schaltung der Werbemittel um die Dauer der verspäteten ordnungsgemäßen Zurverfügungstellung der Daten und Informationen oder Schaffung oder Wiederherstellung der technischen Voraussetzungen. OTTO hat in diesem Fall das Recht, aber nicht die Pflicht, die Kampagne über den ursprünglichen Endtermin bis maximal zur ursprünglich vereinbarten Dauer der Kampagne aufrecht zu erhalten. OTTO wird versuchen, das gebuchte Volumen (z.B. die Anzahl der Ad Impressions) auch im verkürzten Zeitraum zu leisten, kann dies jedoch je nach Verfügbarkeit nicht garantieren. Der Advertiser bleibt dennoch verpflichtet, den vollen Preis für die betroffene Kampagne zu erbringen.

5.10 OTTO ist berechtigt, die Werbemittel als Werbung zu kennzeichnen (z.B. mit dem Zusatz „Anzeige“, „gesponsert“ oder ähnlichen Zusätzen), denjenigen zu benennen, in dessen Namen die Werbung angezeigt wird und/oder die für die Werbung bezahlt, sowie diese ggf. von etwaigen ergänzenden redaktionellen Inhalten räumlich abzusetzen.

5.11 Falls es für die Auslieferung der Werbemittel erforderlich ist, ist OTTO berechtigt, die Werbemittel hinsichtlich der Größe, des Formats bzw. der technischen Spezifikationen zu bearbeiten. Falls eine inhaltliche Bearbeitung der Werbemittel erforderlich ist, wird OTTO vor einer entsprechenden Bearbeitung die Einwilligung des Advertisers einholen.

5.12 Der Advertiser ist verpflichtet, während der Laufzeit der jeweiligen Kampagne die Webseiten, auf die die jeweiligen Werbemittel verlinken, abrufbar zu halten bzw. dafür Sorge zu tragen, dass diese abrufbar bleiben.

5.13 Es besteht keine Verpflichtung für OTTO, für den Advertiser Werbemittel zu erstellen. Sofern die Parteien in einer Insertion Order die Erstellung von Werbemitteln ausdrücklich gemäß Ziffer 10 dieser AGB vereinbart haben, sind diese entsprechend der in der Insertion Order getroffenen Vereinbarung oder, falls eine solche Vereinbarung nicht getroffen wurde, auf der Grundlage der jeweils gültigen Preisliste von OTTO nach Aufwand gesondert zu vergüten. Auch wenn die Werbemittel von OTTO erstellt werden, trägt der Advertiser die ausschließliche rechtliche Verantwortlichkeit für deren Inhalte und deren Rechtmäßigkeit nach Maßgabe der vorstehenden Regelungen.

6**. Vergütung, Zahlungsbedingungen, Abrechnung**

6.1 Die von dem Advertiser an OTTO zu zahlende Vergütung ergibt sich aus der gültigen Preisliste zum Zeitpunkt des Abschlusses der Insertion Order.

6.2 Die Vergütung für Kampagnen im Printbereich bemisst sich grundsätzlich an der Größe der Druckanzeige, sofern sich aus der Insertion Order nichts Abweichendes ergibt.

6.3 Die Vergütung für Kampagnen im Onlinebereich bemisst sich grundsätzlich auf der Basis von Ad Impressions, wenn nicht eine Vergütung auf Basis von Clicks oder sonstige Parameter ausdrücklich schriftlich vereinbart wurde. Ad Impressions und Clicks werden „Vergütungseinheiten“ genannt.

6.4 Eine Änderung der Preise bleibt vorbehalten. Für bereits abgeschlossene Insertion Orders sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von OTTO mindestens einen Monat vor der geplanten Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Advertiser hinsichtlich des noch nicht erfüllten Teils der Insertion Order ein Kündigungsrecht zu. Das Kündigungsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

6.5 Maßgeblich für die Abrechnung von Online Werbekampagnen sind ausschließlich die von OTTO erstellten Reports über die Anzahl der Impressions, Clicks oder sonstiger vereinbarter Parameter. Die Leistung wird durch standardisiertes Reporting (aus dem Adserver) dokumentiert. Weitere Belege werden nicht Bestandteil des Vertrags.

6.6 Die Rechnungsstellung gegenüber dem Advertiser erfolgt per Post oder in elektronischer Form. Rechnungsbeträge sind mit Rechnungseingang fällig und innerhalb von 30 Tagen ohne Abzug zahlbar. Die Rechnungsnummer von OTTO und das Ausstellungsdatum sind hierbei anzugeben. Die Preise verstehen sich zzgl. Umsatzsteuer in der jeweils gesetzlich geltenden Höhe.

6.7 Bei Zahlungsverzug ist OTTO berechtigt, Mahnkosten in Höhe von EURO 2,00 pro Mahnung und Verzugszinsen in Höhe von 9% p.a. über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank zu berechnen.

6.8 Aufrechnungsrechte und/oder Zurückbehaltungsrechte stehen dem Advertiser nur zu, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt, unbestritten oder von OTTO anerkannt sind.

7. Laufzeit, Kündigung

7.1 Die Laufzeit einer jeden Insertion Order ist in der jeweiligen Insertion Order bestimmt. Ein ordentliches Kündigungsrecht besteht nicht.

7.2 Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund für OTTO ist insbesondere gegeben, wenn gegen OTTO infolge der vom Advertiser beauftragten Werbeschaltung eine Abmahnung erfolgte und/oder eine einstweilige Verfügung erwirkt wurde und/oder ein Verstoß des Advertisers gegen Verpflichtungen der Ziffer 5 dieser AGB vorliegt.

7.3 Die Kündigung muss schriftlich erfolgen.

8. Haftung

8.1 Die Haftung von OTTO wegen Verzuges bei der Auslieferung der Werbekampagne ist ausgeschlossen, soweit sie auf höhere Gewalt oder auf unvorhersehbare, von OTTO nicht zu vertretende Umstände, wie z.B. Betriebsstörungen, behördliche Anordnungen, gerichtliche Verfügungen oder die nicht rechtzeitige Belieferung zurückzuführen ist. In den genannten Fällen verlängern sich die vereinbarten Ausführungszeiträume um eine angemessene Ausführungsfrist.

8.2 OTTO und seine Erfüllungsgehilfen haften für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit unbeschränkt.

8.3 Die Haftung für leichte Fahrlässigkeit wird dem Grunde nach auf die Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht und der Höhe nach auf den nach allgemeiner Lebenserfahrung bei Abschluss des Insertion Orders typischerweise vorhersehbaren Schadens beschränkt. Wesentliche Vertragspflichten sind solche Verpflichtungen, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertraut und vertrauen darf.

8.4 Als typischerweise vorhersehbarer Schaden gilt der Auftragswert der jeweiligen Insertion Order bzw. die Summe der Zahlungen, welche der Advertiser an OTTO aufgrund der jeweiligen Insertion Order zu zahlen hat.

8.5 OTTO und seine Erfüllungsgehilfen haften nicht für entgangenen Gewinn, indirekte Schäden, Folgeschäden und für die nachfolgend nicht abschließend aufgeführten Schäden:

- Datenverluste, wenn der Advertiser nicht durch Erstellung von Sicherungskopien von seinem Datenbestand oder in sonstiger Weise sichergestellt hat, dass die Werbemittel mit vertretbarem Aufwand wiederhergestellt werden können. Andernfalls ist die Haftung von OTTO auf den typischen Wiederherstellungsaufwand beschränkt;
- für mangelhafte Daten, die vom Advertiser oder von ihm beauftragten Dritten zur Verfügung gestellt werden;
- für Unzulänglichkeiten in der Wiedergabe der Werbemittel, die ihren Zweck nicht wesentlich beinträchtigen;
- für die Qualität der Wiedergabe von Bilddateien, insbesondere nicht für Farbabweichungen;
- für Fehler, die außerhalb des Einflussbereiches von OTTO liegen (Soft-/Hardware des Users, Kommunikationsnetze, Rechner des Advertisers etc.);
- für Schäden aus gekürzter oder verfälschter Erscheinung oder aus der missbräuchlichen Verwendung von Daten durch Dritte;
- dafür, dass die geschalteten Werbemittel die gesetzlichen Anforderungen des Landes, in dem sie aufgerufen werden können, oder in dem der Advertiser seinen Sitz hat, erfüllen;
- für die Durchsetzbarkeit von Ansprüchen aufgrund oder aus den aufgrund der geschalteten Werbemittel angebahnten oder geschlossenen Verträgen zwischen dem Advertiser und Dritten.

8.6 Die vorgenannten Haftungsausschlüsse und Beschränkungen gelten nicht im Fall der Übernahme ausdrücklicher Garantien durch OTTO, 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.

9. Nutzung von Daten durch den Advertiser

9.1 Der Einsatz von Technologien Dritter zum Zweck des Hosting, Measurement und Reporting von Werbemitteln und Kampagnen ist dem Advertiser grundsätzlich gestattet, sofern es sich bei den Technologiegebern um Anbieter handelt, die als IAB-TCF-Partner in den Datenschutzinformationen von OTTO auf der Website / App aufgeführt sind. Diese Regelung findet Anwendung bei der Ausspielung von Werbemitteln auf Otto.de bzw. in der OTTO App. Werden über den Technologie Stack von OTTO Advertising Technologien Dritter zur Ausspielung auf Publisher-Websites oder -Apps eingesetzt, so gelten die Regelungen des jeweiligen Publishers bezüglich des Einsatzes von Technologien Dritter. Das IAB Transparency and Consent Framework (TCF) ermöglicht es, die Zustimmung der Nutzer zur Datenverarbeitung transparent und einheitlich zu verwalten. Die erhobenen und übermittelten Daten dürfen ausschließlich zweckgebunden für die vereinbarten Zwecke verarbeitet werden. Der Advertiser und die Anbieter sind für die Einhaltung der geltenden datenschutzrechtlichen Vorgaben jeweils eigenständig verantwortlich.

9.2 Die in Absatz 9.1 genannten Anbieter bzw. deren Technologien dürfen nicht für eigene Datenverarbeitungen genutzt werden, die der Erstellung von Nutzerprofilen oder der direkten Identifizierung einer Person dienen. Die Nutzung der gesammelten Daten zur Schaffung einer eigenen Datenbasis für Retargetingzwecke oder andere personenbezogene Adressierungszwecke ist untersagt. Jegliche Verarbeitung der erhobenen und übermittelten Daten hat strikt zweckgebunden erfolgen und darf nicht von den in Absatz 9.1 beschrieben Verwendungsfällen ohne schriftliche Genehmigung von OTTO abweichen.

9.3 Setzt der Advertiser für die Auslieferung von Werbemitteln auf den Online-Medien Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

10. Creative Services

Für die Beauftrag von Creative Services gelten folgende besondere Bestimmungen:

10.1 Der Advertiser kann OTTO mit der Erstellung und insbesondere mit der Bearbeitung von Werbemittel auf der Basis von Insertion Orders beauftragen. Die von OTTO erstellten bzw. bearbeiteten Werbemittel werden als „Arbeitsergebnis" bezeichnet. Der Leistungsumfang (Anforderungsprofil, Spezifikationen, Brandguidelines etc.), Kostenhöchstbeträge, Vergütung, Umfang, Termine und/oder sonstige Einzelheiten des Auftrags ergeben sich aus der jeweiligen Insertion Order. Wird eine Insertion Order für Werbemittel in Verbindung mit einer Insertion Order für einen Creative Service abgeschlossen, gelten diese Insertion Orders als separate Vereinbarungen, selbst wenn die Insertion Orders in einem Dokument zusammengefasst werden.

10.2 Die Kündigung bzw. Stornierung einer Insertion Order lässt die Wirksamkeit anderer Insertion Orders und der Pflicht zur Zahlung einer Vergütung für solche Insertion Orders unberührt. Wird ein Creative Service für die Durchführung einer Insertion Order für Medialeistungen benötigt, stellt der Advertiser sicher, dass die erforderliche Insertion Order für Creative Services termingemäß mit OTTO abgeschlossen wird und dass die für die Durchführung der Insertion Order für Creative Services erforderlichen angemessenen Mitwirkungspflichten des Advertisers fristgerecht erbracht werden. Sofern der Advertiser der verspätete Abschluss und/oder die verspätete Umsetzung einer Insertion Order für Creative Services (mit-)verschuldt, trägt der Advertiser die Kosten der betroffenen Insertion Order mit Creative Services und Medialeistungen.

10.3 Ist die Bearbeitung von Werbemitteln des Advertisers Gegenstand einer Insertion Order, stellt der Advertiser das zu bearbeitende Werbemittel bzw. das Rohmaterial vereinbarungsgemäß zur Verfügung. Die Bestimmungen dieser AGB bezüglich der Werbemittel des Advertisers, insbesondere Ziffer 5, finden vollumfänglich Anwendung. Die Haftung von OTTO bezieht sich ausschließlich auf die von OTTO erbrachten Creative Services.

10.4 Nach Erstellung des vereinbarten Werbemittels wird OTTO dem Advertiser das Arbeitsergebnis zur Verfügung stellen und dieser wird das Arbeitsergebnis innerhalb von 3 Werktagen prüfen und abnehmen. Sollte der Advertiser diese Frist verstreichen lassen, gilt das Arbeitsergebnis als abgenommen. Die Abnahmeprüfung beinhaltet auch die Prüfung der Einhaltung der Brandguidelines des Advertisers. Vor der Durchführung der Abnahme können die Parteien bis zu zwei Korrekturschleifen vereinbaren.

10.5 Der Advertiser hat keinen Anspruch auf Herausgabe der zugrundeliegenden offenen Dateien (z.B. Photo-Shop Dateien) des Arbeitsergebnisses. Vielmehr erhält der Advertiser lediglich das finale für eine Kampagne einsetzbare Arbeitsergebnis.

10.6 OTTO räumt dem Advertiser für den vereinbarten Vertragszweck die einfachen, zeitlich, inhaltlich und räumlich unbegrenzten Nutzungsrechte an dem Arbeitsergebnis ein. Der Advertiser ist nicht berechtigt, das Arbeitsergebnis zu übertragen, Unterlizenzen zu erteilen, zu verbreiten oder zu bearbeiten.

10.7 OTTO ist berechtigt, generative künstliche Intelligenz, Algorithmen und/oder Methoden des maschinellen Lernens („KI") zur Erbringung der im Creative Services Insertion Order vereinbarten Leistungen zu nutzen. Die Rechte an mit KI entwickelten „Output" steht OTTO zu. Dem Advertiser werden die in Ziffer 10.6 genannten Rechte an solchem Output eingeräumt. Die Rechte an Informationen, Daten, Inhalte und Prompts („Input") stehen ebenfalls OTTO zu; dem Advertiser werden keine Rechte am Input eingeräumt.

11. Managed Services

Der Advertiser kann Managed Services für die Buchung und Durchführung von Kampagnen bestellen. Der Umfang der Managed Services hängt vom gültigen Service-Paket ab, dessen Umfang in der jeweils aktuellen Leistungsbeschreibung geregelt ist. Der Advertiser ist nicht berechtigt, Kampagnen, die über die Managed Services durchgeführt werden, zu ändern oder in die festgelegten Kampagnenparameter einzugreifen. Sofern der Advertiser oder eine vom Advertiser beauftragte Agentur in eine Managed Services Kampagne eingreift, ist OTTO berechtigt, die Kampagne ohne vorherige Ankündigung zu beenden und die anteiligen Kosten für die beendete Kampagne in Rechnung zu stellen. OTTO haftet nicht für etwaige Folgen einer vorzeitigen Beendigung einer Kampagne, wie zum Beispiel die Nicht-Erreichung avisierten KPI-Ziele.

12. Geheimhaltung und Datenschutz

12.1 Die Parteien verpflichten sich, über den Inhalt dieses Vertrags und alle bei der Durchführung dieses Vertrages ausgetauschten vertraulichen Informationen Stillschweigen zu bewahren und diese Dritten nicht zugänglich zu machen. Vertrauliche Informationen sind alle nicht öffentlichen Informationen, die im Zusammenhang mit dem Vertrag direkt oder indirekt durch eine Partei oder ein mit ihr verbundenes Unternehmen (Offenlegende Partei) an die andere Partei oder an ein mit dieser verbundenes Unternehmen (Empfangende Partei) offengelegt oder zugänglich gemacht werden, wenn sie als vertraulich gekennzeichnet sind oder wenn sie aufgrund ihres Inhalts oder der Umstände vernünftigerweise als vertraulich anzusehen sind. Dies betrifft insbesondere Informationen über die Geschäfte, Geschäftsabläufe, Preise und/oder Preisstrukturen, Abschlüsse, finanzielle oder vertragliche Vereinbarungen und den Inhalt dieses Vertrages. Im Zweifel ist davon auszugehen, dass eine Information über die Arbeitsweise einer Partei, die jeweils andere Partei im Rahmen der Zusammenarbeit erhält, geheim zu halten und ausschließlich zur Durchführung der Insertion Order zu nutzen ist. Die Geheimhaltungspflicht gilt nicht für eine Weitergabe an mit den Parteien gemäß §§ 15 ff. AktG verbundene Unternehmen. Die Geheimhaltungspflicht gilt für eine Dauer von 3 Jahren nach Erhalt der vertraulichen Informationen.

12.2 Die Geheimhaltungsverpflichtung gilt nicht für Informationen, die offenkundig sind oder werden, ohne dass dies auf einem Vertragsverstoß einer Partei beruht, die der empfangenden Partei bei Bekanntgabe nachweislich bekannt waren oder zu deren Offenlegung eine zwingende gesetzliche oder behördliche Verpflichtung bzw. eine Verpflichtung aufgrund einer rechtskräftigen gerichtlichen Entscheidung besteht.

12.3 OTTO ist berechtigt, bei einer Buchung durch eine Agentur eine Buchungsbestätigung auch an den entsprechenden Werbekunden der Agentur weiterzuleiten.

12.4 Die Parteien werden die maßgeblichen datenschutzrechtlichen Vorschriften, die sich insbesondere aus der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) in der jeweils geltenden Fassung ergeben, beachten und einhalten. Der Advertiser gewährleistet, dass er personenbezogene Daten, auf die er im Rahmen der Inanspruchnahme der Services von OTTO Zugriff erhält, ausschließlich in dem Umfang nutzt, in dem dies zwingend erforderlich oder vereinbart ist. Der Advertiser wird personenbezogene Daten von OTTO nicht ohne dessen ausdrückliche schriftliche Zustimmung Dritten übermitteln und / oder öffentlich zugänglich machen. Die Parteien werden die im Rahmen dieses Vertrags eingesetzten Mitarbeiter und sonstigen Beauftragten im Hinblick auf die Regelungen zum Datenschutz verpflichten. Sofern personenbezogene Daten des Advertisers im Rahmen der Vertragserfüllung durch OTTO im Auftrag verarbeitet werden, werden die Parteien eine Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung abschließen.

13. Schlussbestimmungen

13.1 Sollte eine Bestimmung dieser AGB ganz oder teilweise gegen gesetzliche Regelungen verstoßen oder aus sonstigen Gründen nichtig sein, wird dadurch die Gültigkeit dieser AGB im Übrigen nicht berührt. Die Parteien werden die nichtige Bestimmung im gegenseitigen Einvernehmen durch eine andere ersetzen, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.

13.2 Aufhebungen, Änderungen und Ergänzungen dieser AGB bedürfen der Vereinbarung in Textform.

13.3 Die Vereinbarungen unterliegen ausschließlich den Gesetzen der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

13.4 Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz von OTTO. OTTO ist berechtigt, den Advertiser an seinem Sitz zu verklagen.

13.5 OTTO ist berechtigt, im Rahmen der Eigenwerbung auf die Zusammenarbeit mit dem Advertiser, auch unter Abbildung der Marken bzw. Logos des Advertisers, hinzuweisen.

13.6 OTTO steht es (auch) nach Beendigung des Vertragsverhältnisses frei, den Advertiser per E-Mail über eigene identische oder ähnliche Dienstleistungen zu informieren. OTTO weist insoweit daraufhin, dass der Advertiser jederzeit einer entsprechenden Verwendung der E-Mail-Adresse des Advertisers widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen. Der Widerspruch des Advertisers kann per E-Mail an advertising@otto.de gerichtet werden