

Allgemeine Geschäftsbedingungen

A. Allgemeine Bedingungen

§ 1 Geltungsbereich

1. Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Bestandteil eines jeden Vertrages zwischen der Firma Skyline Performance GmbH, Schloßplatz 6, 91054 Erlangen, (im Folgenden: Auftragnehmer) und dem Auftraggeber wie auch deren Rechtsnachfolgern.
2. Der Auftragnehmer erbringt seine Dienste, Lieferungen und Leistungen ausschließlich auf der Grundlage dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

§ 2 Vertragsgegenstand

Mit dem Abschluss des Vertrages beauftragt der Auftraggeber den Auftragnehmer mit der Erbringung von nicht exklusiven Leistungen im Online-Marketing.

§ 3 Leistungen des Auftragnehmers

Bezüglich Art und Umfang sowie der Einzelheiten der von dem Auftragnehmer aufgrund des Vertrages zu erbringenden Leistungen wird auf die individualvertragliche Abrede (im nachfolgenden „Auftrag“ genannt) zwischen den Parteien verwiesen.

§ 4 Vergütung der Leistungen

1. Die Vergütung des Auftragnehmers erfolgt auf Basis des zwischen den Parteien vereinbarten Auftrages.
2. Der Auftraggeber kann nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen gegen den Auftragnehmer aufrechnen.

§ 5 Haftung

1. Für andere als durch Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit entstehende Schäden haftet der Auftragnehmer lediglich, soweit diese auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Handeln oder auf schuldhafter Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht durch den Auftragnehmer, seine Mitarbeiter oder seine Erfüllungsgehilfen beruhen. Dies gilt auch für Schäden aus der Verletzung von Pflichten bei Vertragsverhandlungen sowie aus der Vornahme von unerlaubten Handlungen. Eine darüber hinausgehende Haftung auf Schadensersatz ist ausgeschlossen.
2. Die Haftung ist, außer bei vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten, der Verletzung einer Kardinalspflicht oder der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit durch den Auftragnehmer, seine Mitarbeiter oder seine Erfüllungsgehilfen auf die bei Vertragsschluss typischerweise vorhersehbaren Schäden und im Übrigen der Höhe nach auf die vertragstypischen Durchschnittsschäden begrenzt. Dies gilt auch für mittelbare Schäden, insbesondere entgangenen Gewinn.

3. Die Bestimmungen des Produkthaftungsgesetzes bleiben von den Regelungen in § 5 Abs. 1 und Abs. 2 dieser Allgemeinen Bedingungen unberührt.
4. Die vorgenannten Regelungen (§ 5 Abs. 1 bis Abs. 3 dieser Allgemeinen Bedingungen) finden nur dann Anwendung, wenn in § 8 Abs. 2 bis Abs. 4 der Allgemeinen Bedingungen und/oder in den Besonderen Bedingungen keine Regelungen enthalten sind.

§ 6 Mitwirkungspflichten

1. Der Auftraggeber ist dazu verpflichtet, sämtliche Handlungen, die für eine ordnungsgemäße Leistungserbringung des Auftragnehmers erforderlich sind, auf ein erstes Auffordern des Auftragnehmers hin auszuführen. Welche Handlungen des Auftraggebers genau für eine ordnungsgemäße Leistungserbringung erforderlich sind, ist im Einzelfall von dem Auftragnehmer zu bestimmen.
2. Sollte der Auftraggeber die von ihm eingeforderten Handlungen nicht vornehmen oder deren Vornahme verweigern, ist der Auftragnehmer nicht zur Erbringung der Leistung verpflichtet, für die die Mitwirkungshandlung des Auftraggebers erforderlich ist. Hierdurch verliert der Auftragnehmer jedoch nicht seinen Vergütungsanspruch für die Leistung.
3. Der Auftraggeber verpflichtet sich, im Rahmen der Zusammenarbeit die notwendigen Daten und Dateien regelmäßig zu sichern. Der Auftragnehmer haftet nicht für Daten- und Programmverluste.

§ 7 Werbung

Der Auftragnehmer hat das Recht, mit der Kooperation der Vertragsparteien zu werben, es sei denn es wurde individualvertraglich etwas anderes vereinbart. Insbesondere ist er befugt, das Logo des Auftraggebers zu verwenden und einen Link auf die Firmenseite des Auftraggebers zu setzen.

§ 8 Beratung durch den Auftragnehmer

1. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, seine Beratungsleistungen nach den allgemein anerkannten Grundsätzen zu erbringen. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass im Online-Bereich überwiegend keine exakten Vorgaben existieren, sondern lediglich Empfehlungen, Hinweise oder Richtlinien ausgesprochen werden. Der Auftragnehmer erbringt seine Beratungsleistungen auf Basis dieser allgemeinen Vorgaben.
2. Der Auftragnehmer wird bei jeder Beratungsleistung auf die Vor- und Nachteile und etwaige Risiken hinweisen. Der Auftraggeber entscheidet dann in eigener Verantwortung und auf eigenes Risiko, welche der Maßnahmen er umsetzen will. Sollte der Auftraggeber hierdurch einen Schaden erleiden, ist jede Haftung ausgeschlossen.
3. Hält sich der Auftraggeber nicht an die Empfehlungen des Auftragnehmers, ist jede Haftung ausgeschlossen.
4. Der Auftragnehmer übernimmt keinerlei Garantie und / oder Gewährleistung dafür, dass durch die empfohlene Beratung ein bestimmtes Ranking einer Webseite des Auftraggebers oder ein andersartiger Erfolg eintritt.

§ 9 Änderungen, Gerichtsstand

1. Änderungen und Ergänzungen des Vertrages bedürfen der Schriftform.
2. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Unberührt bleiben zwingende Bestimmungen des Staates, in dem der Auftraggeber seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat.
3. Gerichtsstand für die sich aus dem Vertrag ergebenden Streitigkeiten ist der Sitz des Auftragnehmers, sofern der Auftraggeber Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.

B. Besondere Bedingungen

Besondere Bedingungen für Standalone-Kampagnen

§ 1 Standalone-Kampagnen (E-Mail-Werbekampagnen)

1. Der Auftragnehmer stellt Standalone-Werbeplätze in E-Mails zur Verfügung.
2. Ein Standalone-Werbeplatz i.S.d. Besonderen Bedingungen liegt dann vor, wenn neben der Werbeanzeige des Auftraggebers keine weitere Werbeanzeige in der E-Mail platziert ist. Nach Absprache ist es auch möglich, mehrere Werbeanzeigen – auch unterschiedlicher Auftraggeber – in einer Mail zu platzieren. Diese Kampagnen werden in allen Punkten gleichbehandelt wie Standalone-Kampagnen. Der Einfachheit halber ist im Folgenden immer nur von Standalone-Kampagnen die Rede.
3. Im Rahmen der Standalone-E-Mail-Werbung ist ein Double-Opt-In-Verfahren nur dann erforderlich, wenn dies ausdrücklich in der Individualabrede zwischen den Parteien geregelt ist. Andernfalls genügt eine einfache Zustimmung.

§ 2 Empfang der E-Mails

Der Auftragnehmer gewährleistet nicht, dass die E-Mail, in denen die Werbung platziert ist, tatsächlich von dem Adressaten empfangen wird. Da der Auftragnehmer aus technischen Gründen keinen Einfluss auf den tatsächlichen Empfang der E-Mail hat (z.B. wegen eines Spam-Filters des Empfängers), gewährleistet der Auftragnehmer allein die ordnungsgemäße Absendung der E-Mail.

§ 3 Leistungen des Auftraggebers

Die seitens des Auftraggebers zur Verfügung gestellten Inhalte müssen dem geltenden Recht entsprechen und dürfen insbesondere nicht gegen das Marken-, Wettbewerbs und Urheberrecht verstoßen und keine Verletzungen des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts eines Dritten darstellen. Andernfalls stellt der Auftraggeber den Auftragnehmer auf das erste Anfordern hin von sämtlichen Ansprüchen frei, die Dritte aufgrund der Werbeanzeige gegenüber dem Auftragnehmer geltend machen.

§ 4 Freigabe durch Auftraggeber

Der Auftraggeber hat vor der Durchführung der Versendung den zu versendenden Inhalt zu überprüfen und freizugeben. Etwaige Mängel oder Korrekturen sind unverzüglich dem Auftragnehmer zu melden. Damit der Auftraggeber eine solche Überprüfung vornehmen kann, übersendet der Auftragnehmer dem Auftraggeber

eine Test-Mail. Reagiert der Auftraggeber nicht innerhalb des vom Auftragnehmer genannten Reaktions-Zeitraumes, gilt die Test-Mail als einwandfrei.

§ 5 Haftung

1. Sollte der Auftragnehmer E-Mail-Adressen nicht selbst erhoben, sondern von einem Drittanbieter erworben haben (insb. Ankauf und Anmietung von Drittverteiltern), tritt der Auftragnehmer, in dem Fall, dass ein Dritter den Auftraggeber in Anspruch nimmt, sämtliche Regressansprüche gegen den Drittanbieter ab, die dem Auftragnehmer aufgrund der Pflichtverletzung zustehen. Eine eigene Haftung des Auftragnehmers ist jedoch ausgeschlossen. In allen anderen Fällen gelten die Regelungen in § 5 Abs. 2 bis Abs. 4 dieser Besonderen Bedingungen.
2. Für andere als durch Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit entstehende Schäden haftet der Auftragnehmer lediglich, soweit diese auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Handeln oder auf schuldhafter Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht durch den Auftragnehmer, seine Mitarbeiter oder seine Erfüllungsgehilfen beruhen. Dies gilt auch für Schäden aus der Verletzung von Pflichten bei Vertragsverhandlungen sowie aus der Vornahme von unerlaubten Handlungen. Eine darüber hinausgehende Haftung auf Schadensersatz ist ausgeschlossen.
3. Die Haftung ist, außer bei vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten, der Verletzung einer Kardinalspflicht oder der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit durch den Auftragnehmer, seine Mitarbeiter oder seine Erfüllungsgehilfen auf die bei Vertragsschluss typischerweise vorhersehbaren Schäden und im Übrigen der Höhe nach auf das 5-fache des jeweiligen Auftragswertes, maximal jedoch 5.000,00 Euro begrenzt. Dies gilt auch für mittelbare Schäden, insbesondere entgangenen Gewinn.
4. Die Bestimmungen des Produkthaftungsgesetzes bleiben von den Regelungen in § 5 Abs. 1 bis Abs. 3 dieser Besonderen Bedingungen unberührt.

Besondere Bedingungen für Newsletter-Marketing

§ 1 Newsletter-Marketing

Der Auftragnehmer erstellt Newsletter für den Auftraggeber und verschickt diese an den Adressbestand des Auftragnehmers.

§ 2 Leistungen des Auftragnehmers

Bezüglich Art und Umfang sowie der Einzelheiten der von dem Auftragnehmer aufgrund des Vertrages zu erbringenden Leistungen wird auf die individualvertragliche Abrede (im nachfolgenden „Auftrag“ genannt) zwischen den Parteien verwiesen.

§ 3 Nutzungsrechte

1. An sämtlichen Leistungen des Auftragnehmers erhält der Auftraggeber ein einfaches, weltweit gültiges Nutzungsrecht. Ist nichts anderes vereinbart, ist der Auftraggeber nicht berechtigt, die Leistungen für einen anderen Zweck als die Versendung des jeweiligen Newsletters zu verwenden. Ohne ausdrückliche Zustimmung des Auftragnehmers ist der Auftraggeber auch

- nicht berechtigt, Teile oder Auszüge des Newsletters online auf seiner Webseite zu verwenden oder in einem Newsletter-Archiv abzuspeichern.
2. Sollte der Auftragnehmer Materialien von Dritten verwendeten, für die ein abweichendes Nutzungsrecht als das in § 3 Abs.1 gilt, wird der Auftragnehmer vor Auftragserteilung ausdrücklich darauf hinweisen.

§ 4 Pflichten des Auftraggebers

1. Der Auftraggeber ist verpflichtet, seine Kundendaten in dem vertraglich vereinbarten Datei-Format an den Auftragnehmer zu übermitteln.
2. Der Auftraggeber garantiert die rechtliche Einwandfreiheit der übermittelten Kundendaten, insbesondere die Vereinbarkeit mit geltendem Datenschutz- und Wettbewerbsrecht. Der Auftraggeber garantiert, dass für sämtliche Kundendaten ein rechtlich einwandfreies Double Opt-In vorliegt und notfalls auch vorgelegt werden kann.
3. Die Anti-Spam-Vereinbarung, die als Anlage diesen AGB beigelegt ist, erkennen beide Parteien als wesentlichen Bestandteil des Vertrages an. Für jeden nachweislichen Verstoß gegen die Anti-Spam-Vereinbarung, der eine schriftliche Rüge durch die Whitelist Certified Senders Alliance zur Folge hat, ist der Auftragnehmer berechtigt, eine Vertragsstrafe von 250,- EUR geltend zu machen. Die Geltendmachung eines darüber hinausgehenden Schadens durch einen Verstoß des Auftraggebers gegen die Anti-Spam-Vereinbarung bleibt vorbehalten. Der Auftragnehmer wird diesen Vertragsstrafe-Anspruch nur dann geltend machen, wenn entsprechende Ansprüche seines Dienstleisters gegen ihn selbst erhoben werden.
4. Sollte dem Auftragnehmer aufgrund eines Verstoßes gegen die Pflichten aus § 4 Abs.1 bis Abs.3 ein Schaden entstehen, haftet der Auftraggeber hierfür.

§ 5 Freigabe durch Auftraggeber

Der Auftraggeber hat vor der Durchführung der Versendung den zu versendenden Newsletter zu überprüfen und freizugeben. Etwaige Mängel oder Korrekturen sind unverzüglich dem Auftragnehmer zu melden. Damit der Auftraggeber eine solche Überprüfung vornehmen kann, übersendet der Auftragnehmer dem Auftraggeber eine Test-Mail. Reagiert der Auftraggeber nicht innerhalb des vom Auftragnehmer genannten Reaktions-Zeitraumes, gilt die Test-Mail als einwandfrei.

Anlage zu den Besonderen Bedingungen für Newsletter-Marketing: Anti-Spam-Vereinbarung

Was ist Spam?

Unter Spam versteht man E-Mails, die ohne Verlangen oder Zustimmung des Empfängers an diesen versendet werden. Werden solche E-Mails zugleich an eine Vielzahl von Empfängern gesendet, wird von Spamming gesprochen. Der Versender solcher Botschaften wird als Spammer bezeichnet.

Wie ist die gesetzliche Lage?

Für Werbung mittels elektronischer Post gelten in Deutschland gemäß UWG § 7 folgende gesetzlichen Richtlinien:

- Werbung unter Verwendung elektronischer Post ist nur erlaubt, wenn eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Empfängers vorliegt
- Werbung unter Verwendung elektronischer Post ist weiterhin erlaubt
 - wenn ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat und
 - der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet und
 - der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
 - der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann
- die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, darf nicht verschleiert oder verheimlicht werden; es muss eine gültige Adresse vorhanden sein, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung der Nachrichten richten kann

Anti-Spam-Vereinbarung

Mit der Unterzeichnung des Nutzungsvertrages verpflichten Sie sich, die Dienstleistung der Skyline Performance GmbH nur nach den Regeln des erwünschten Online-Direktmarketings zu nutzen und die gesetzlichen Richtlinien einzuhalten.

Der Versand regelmäßiger E-Mails (z.B. eines E-Mail-Newsletters) erfolgt nur, nachdem vorab die Zustimmung des Empfängers eingeholt wurde. Für den Anmeldevorgang wird das rechtlich sichere Double Opt-In Verfahren genutzt. Jede E-Mail enthält Namen und Kontaktdaten des Versenders. Diese Anbieterkennzeichnung kann auch durch einen Hyperlink aus dem Newsletter auf die Homepage realisiert werden. Dieser Hyperlink enthält dann unter dem Stichwort "Impressum" oder "Kontakt" einen Verweis auf das Impressum. Als Versender gewährleisten Sie die Möglichkeit zum Abbestellen des Newsletters via E-Mail oder über das Internet. Jede E-Mail eines Newsletters enthält einen Hinweis auf die Abbestellfunktion. Die Abbestellung ist bequem und zügig durchführbar. Der Umgang mit persönlichen Daten wird in einer Datenschutzrichtlinie erläutert. Der Empfänger wird vor Eingabe seiner Daten z.B. in Anmeldeformulare auf diese Datenschutzrichtlinie hingewiesen. Dieser Hinweis kann über einen Hyperlink realisiert sein.