

**Vereinbarung für sprads****Werbepartnervertrag**

abgeschlossen zwischen

**sprads**

Fahed Banaouas  
Kiwittsmoor 10B  
22417 Hamburg  
(040) 670 489 14  
kontakt@sprads.de

(im Folgenden kurz „sprads“ genannt)

und

---

Titel

---

Vorname

---

Nachname

---

Anschrift

---

PLZ / Ort

---

Telefonnummer

---

E-Mail

(im Folgenden kurz „Kunde“ genannt)

**Buchungsdetails**

|                           |                             |
|---------------------------|-----------------------------|
| Anzahl gebuchter Displays | ___ Stück                   |
| Spot-Länge:               | 10 Sek. / 15 Sek. / 20 Sek. |
| Einblendungen pro Tag     | 30 / 45 / 60                |
| Inhaltstausch-Häufigkeit  | 1 / 2 / 3 / 4 × pro Monat   |
| Werbespot-Erstellung      | 0 / 1 / 2 / 3 / 4           |
| Laufzeit der Buchung      | ___ Monate                  |
| Monatlicher Preis (netto) | _____ €                     |
| Start der Kampagne        | ___ / ___ / _____           |

## Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Werbepartner

### 1. Vertragspartner und Geltungsbereich

**1.1** Vertragspartner sind sprads, Fahed Banaouas, Kiwittsmoor 10B, 22417 Hamburg (im Folgenden „sprads“) und der Werbekunde bzw. eine vom Werbekunden beauftragte Agentur/Werbevermittlerin, jeweils sofern es sich nicht um einen Verbraucher im Sinne von § 13 BGB handelt (im Folgenden gemeinsam „Kunde“).

**1.2** Diese AGB gelten für alle Verträge über die Buchung, Vermittlung und Veröffentlichung digitaler Werbeeinhalte auf von sprads betriebenen oder vermarkteten Digital-Signage-Werbeträgern (im Folgenden „Werbeträger“) sowie für alle damit zusammenhängenden Leistungen (z. B. technische Einbindung, Terminierung, Austausch von Inhalten).

**1.3** Abweichende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden nicht Vertragsbestandteil, auch wenn sprads ihnen nicht ausdrücklich widerspricht.

**1.4** Diese AGB gelten ausschließlich gegenüber Unternehmern im Sinne von § 14 BGB.

#### 1.5 Begriffsbestimmungen

„Textform“ im Sinne dieser AGB ist die Textform gemäß § 126b BGB (z. B. E-Mail). „Schaltungsbeginn“ ist das im Werbevertrag vereinbarte Startdatum der Ausspielung. „Werbeeinhalte“ sind sämtliche vom Kunden bereitgestellten oder beauftragten Inhalte (z. B. Video, Grafik, Logo, Text), die auf den Werbeträgern ausgespielt werden sollen. „Anzeigenpreis“ ist die für den jeweiligen Zeitraum bzw. die jeweilige Schaltung im Werbevertrag vereinbarte Vergütung.

### 2. Vertragsgegenstand und Leistungsbeschreibung

**2.1** Der Vertragsgegenstand ergibt sich aus diesen AGB sowie aus den im jeweiligen Werbevertrag (insbesondere Buchungsdetails/Leistungsumfang, Laufzeit, Preis) getroffenen Regelungen.

**2.2** sprads schuldet die vereinbarungsgemäße Ausstrahlung der Werbeeinhalte im Rahmen eines redaktionell kuratierten Infotainment-Programms. Ein bestimmter wirtschaftlicher Erfolg (z. B. Reichweite, Kontakte, Umsatz, Conversion) wird nicht geschuldet.

**2.3** Geringfügige Abweichungen in der Anzahl der tatsächlichen Ausstrahlungen/Einblendungen bis einschließlich  $\pm 3$  % gelten als vertragsgemäß, soweit nicht im Werbevertrag abweichend geregelt.

### 3. Vertragsschluss, Angebote und Änderungen

**3.1** Ein Werbevertrag kommt durch ein Angebot von sprads und die Annahme durch den Kunden zustande. Die Annahme erfolgt in Textform; E-Mail ist ausreichend. sprads bestätigt den Vertragsschluss in Textform.

**3.2** Angebote von sprads sind freibleibend und bis zur Annahme durch den Kunden widerruflich.

**3.3** Änderungen, Ergänzungen oder Nebenabreden bedürfen der Textform; E-Mail ist ausreichend.

**3.4** sprads ist berechtigt, die Erstellung eines Angebots oder den Abschluss eines Werbevertrags ohne Angabe von Gründen ganz oder teilweise abzulehnen, insbesondere wenn Inhalte, Branche oder Ausspielumfeld nach pflichtgemäßem Ermessen rechtlichen, ethischen, redaktionellen oder standortbezogenen Vorgaben widersprechen.

#### 4. Pflichten und Obliegenheiten des Kunden

**4.1** Der Kunde hat die Werbeinhalte rechtzeitig, vollständig und in dem von sprads vorgegebenen Format sowie entsprechend den technischen Vorgaben zu liefern. Der Zugang der Werbeinhalte muss spätestens sieben (7) Kalendertage vor dem vereinbarten Schaltungsbeginn erfolgen, sofern nichts Abweichendes vereinbart ist.

**4.2** Der Kunde trägt die Gefahr der rechtzeitigen und ordnungsgemäßen Anlieferung. Liefert der Kunde Werbeinhalte verspätet oder in nicht verwertbarer Qualität bzw. nicht vereinbartem Format, ist sprads berechtigt, die Schaltung zu verschieben oder – sofern eine rechtzeitige Korrektur nicht möglich ist – ganz oder teilweise von der Schaltung abzusehen. Die Vergütungspflicht bleibt in diesem Fall bestehen; ersparte Aufwendungen werden angerechnet. Etwaige Mehrkosten, die aufgrund einer verspäteten, fehlerhaften oder nicht formgerechten Anlieferung anfallen, sind vom Kunden zu tragen.

**4.3** Der Kunde gewährleistet, dass die von ihm bereitgestellten Werbeinhalte weder gegen behördliche Anordnungen, gesetzliche Vorschriften oder die guten Sitten verstoßen noch Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Marken-, Persönlichkeits- und Wettbewerbsrechte) beeinträchtigen oder verletzen.

**4.4** Der Kunde ist allein verantwortlich für die rechtliche Zulässigkeit der Werbeinhalte und versichert insbesondere die Einhaltung der jeweils einschlägigen Vorschriften, u. a. des UWG, des HWG, datenschutzrechtlicher Vorgaben sowie sonstiger branchenspezifischer Regelwerke.

**4.5** Der Kunde stellt sprads sowie sämtliche angebundenen Standortpartner (z. B. Arztpraxen, MVZ) von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei, die aus oder im Zusammenhang mit der Veröffentlichung/Ausstrahlung der Werbeinhalte geltend gemacht werden. Die Freistellung umfasst auch angemessene Kosten der Rechtsverteidigung sowie behördliche Gebühren und Bußgelder, soweit diese auf einem vom Kunden zu vertretenden Umstand beruhen.

#### 5. Inhaltliche Prüfung und Werbebeschränkungen

**5.1** sprads ist berechtigt, Werbeinhalte vor Veröffentlichung zu prüfen. Eine Ausstrahlung erfolgt nur nach Freigabe; ein Anspruch auf Freigabe besteht nicht.

**5.2** Von der Ausstrahlung ausgeschlossen sind insbesondere Inhalte,  
(a) die Heilversprechen oder gesundheitsbezogene Aussagen ohne hinreichende Grundlage enthalten,  
(b) die für Tabak, Alkohol, Drogen oder vergleichbar gesundheitsgefährdende Produkte werben,  
(c) die pornografische, gewaltverherrlichende, diskriminierende oder sonst ethisch bedenkliche Darstellungen enthalten, oder  
(d) die politisch oder religiös radikale, hetzerische oder spaltende Botschaften enthalten.

**5.3** sprads ist berechtigt, Werbeinhalte aus rechtlichen, ethischen oder redaktionellen Gründen abzulehnen, zu sperren oder nachträglich zu entfernen, insbesondere wenn (i) ein Verstoß gegen Ziffer 5.2 vorliegt, (ii) Inhalte rechtswidrig oder rechtlich zweifelhaft sind oder (iii) Inhalte geeignet sind, den Ruf von sprads oder Standortpartnern zu beeinträchtigen.

**5.4** Im Fall der Ablehnung/Entfernung informiert sprads den Kunden. Soweit zumutbar, erhält der Kunde die Möglichkeit zur Überarbeitung und erneuten Einreichung. Führt der Kunde keine geeignete Ersatzversion fristgerecht zu oder ist eine Schaltung aus den vorgenannten Gründen unzumutbar, ist sprads berechtigt, die Schaltung für den betroffenen Zeitraum auszusetzen; die Vergütungspflicht bleibt unberührt, soweit der Ablehnungsgrund aus dem Verantwortungsbereich des Kunden stammt.

## 6. Durchführung der Schaltung

**6.1** Die vertragsgemäße Durchführung umfasst die Ausspielung der freigegebenen Werbeeinhalte in den vereinbarten Zeiträumen.

**6.2** Ein Ausschluss von Wettbewerbern des Kunden wird nicht zugesichert. sprads bemüht sich, nach Möglichkeit keine unmittelbar aufeinanderfolgende Ausstrahlung von direkten Wettbewerbern zu platzieren, ohne dass hierauf ein Anspruch besteht.

**6.3** sprads ist berechtigt, den vereinbarten Schaltungsbeginn oder einzelne Ausspielungen um eine angemessene Frist zu verschieben, sofern technische, betriebliche, organisatorische oder standortbezogene Gründe eine Verschiebung erforderlich machen. sprads wird den Kunden hierüber unverzüglich informieren.

**6.4** sprads ist berechtigt, Ausspielungen ganz oder teilweise auszusetzen, soweit (i) technische Störungen, (ii) Wartungsarbeiten, (iii) standortbezogene Ausfälle (z. B. Umbau, Betreiberwechsel, Stilllegung), (iv) behördliche Anordnungen oder (v) Sicherheitsvorfälle (z. B. Cyberangriffe) entgegenstehen. Dies gilt insbesondere bei Ereignissen höherer Gewalt sowie bei Störungen außerhalb des Einflussbereichs von sprads. In diesen Fällen bestehen keine Schadensersatzansprüche gegen sprads. Sofern der Ausfall von sprads zu vertreten ist, wird sprads nach Wahl eine Ersatzschaltung anbieten oder eine anteilige Gutschrift erteilen. Eine anteilige Gutschrift bemisst sich nach dem Verhältnis der ausgefallenen Ausspielungszeit zum gebuchten Zeitraum. Ersatzschaltung oder anteilige Gutschrift gemäß den vorstehenden Sätzen stellen die abschließende Kompensation dar; weitergehende Ansprüche des Kunden, insbesondere auf Minderung oder Schadensersatz, sind – soweit gesetzlich zulässig – ausgeschlossen. Eine Kompensation erfolgt nur, sofern die von sprads zu vertretende ausgefallene Ausspielungszeit im jeweiligen Kalendermonat insgesamt mehr als 3 % der für diesen Monat gebuchten Ausspielungszeit beträgt; geringere Ausfälle bleiben außer Betracht.

## 7. Besonderheiten bei Agenturen/Werbevermittlern

**7.1** Handelt der Kunde als Agentur/Werbevermittlerin, versichert er, zur rechtsverbindlichen Beauftragung bevollmächtigt zu sein.

**7.2** sprads ist berechtigt, geeignete Nachweise (z. B. Vollmacht) zu verlangen und die Schaltung bis zur Vorlage zurückzustellen.

## 8. Nutzungsrechte, Archivierung und Referenzen

**8.1** Der Kunde räumt sprads an den Werbeeinhalten ein einfaches, nicht ausschließliches, zeitlich auf die Laufzeit des Werbevertrags beschränktes und inhaltlich auf den Vertragszweck begrenztes Nutzungsrecht ein, soweit dies zur Durchführung des Werbevertrags erforderlich ist.

**8.2** Der Kunde sichert zu, dass er über alle hierfür erforderlichen Rechte verfügt.

**8.3** sprads ist berechtigt, die Werbeeinhalte sowie den Kunden (Name/Logo) als Referenz für die Vermarktung des eigenen Angebots zu nutzen (z. B. in Präsentationen, Angebotspitches), sofern der Kunde dem aus wichtigem Grund in Textform widerspricht. Der Widerspruch hat vor erstmaliger Referenznutzung zu erfolgen.

**8.4** Nach Ende der Laufzeit ist sprads berechtigt, Werbeeinhalte in einem internen Archiv für Nachweis- und Dokumentationszwecke für einen angemessenen Zeitraum zu speichern; eine weitergehende Nutzung erfolgt nur nach Maßgabe der Ziffer 8.3 oder einer gesonderten Vereinbarung.

## **9. Rücktritt, Stornierung und Änderungen**

**9.1** Stornierungen bedürfen der Textform.

**9.2** Storniert der Kunde, gelten – bezogen auf die Vergütung des ersten betroffenen Schaltungsmonats bzw. der betroffenen Startphase – folgende Stornokosten:

- (a) Zugang der Stornierung bis 14 Kalendertage vor Schaltungsbeginn: kostenfrei;
- (b) Zugang der Stornierung 13 bis 4 Kalendertage vor Schaltungsbeginn: 50 % der vereinbarten Vergütung;
- (c) Zugang der Stornierung 0 bis 3 Kalendertage vor Schaltungsbeginn: 100 % der vereinbarten Vergütung.

**9.3** Änderungen der Werbeinhalte sind bis 7 Kalendertage vor Schaltungsbeginn kostenfrei möglich. Spätere Änderungen bedürfen der vorherigen Abstimmung; sprads kann hierfür eine angemessene Bearbeitungsgebühr verlangen.

**9.4** Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt für sprads insbesondere vor, wenn der Kunde (i) gegen Ziffer 4 oder 5 verstößt, (ii) in Zahlungsverzug gerät oder (iii) Werbeinhalte trotz Abmahnung erneut unzulässige Risiken begründen.

**9.5** Vorzeitige Beendigung nach Schaltungsbeginn (Kündigung)

- (1) Eine ordentliche Kündigung vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit ist ausgeschlossen, soweit im Werbevertrag nichts Abweichendes vereinbart ist. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund gemäß Ziffer 9.4 bleibt unberührt.
- (2) Kündigt der Kunde den Werbevertrag gleichwohl nach Schaltungsbeginn innerhalb der ersten drei
- (3) Monate ohne wichtigen Grund, ist sprads berechtigt, 50 % der Vergütung für die Restlaufzeit als pauschalierten Schadensersatz zu verlangen. Dem Kunden bleibt der Nachweis gestattet, dass sprads kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist. sprads bleibt der Nachweis eines höheren Schadens vorbehalten.

## **10. Preise und Zahlungsbedingungen**

**10.1** Es gelten die im Werbevertrag vereinbarten Preise zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer.

**10.2** Die Vergütung ist monatlich im Voraus fällig, jeweils zum Ersten (1.) des Leistungsmonats, sofern nichts Abweichendes vereinbart ist.

**10.3** sprads ist berechtigt, eine Vorauszahlung zu verlangen und bei begründeten Zweifeln an der Zahlungsfähigkeit die Durchführung weiterer Schaltungen – auch während der Laufzeit – von der Vorauszahlung und dem Ausgleich offener Forderungen abhängig zu machen.

**10.4** Gerät der Kunde in Verzug, ist sprads berechtigt, die Ausstrahlung bis zum vollständigen Zahlungseingang auszusetzen. Weitergehende Rechte bleiben unberührt.

**10.5** Die erste Ausspielung erfolgt frühestens nach Zahlungseingang; sprads ist berechtigt, Schaltungen bis zur Gutschrift auszusetzen.

**10.6** Ein Aufrechnungsrecht steht dem Kunden nur zu, soweit seine Gegenforderung rechtskräftig festgestellt oder unbestritten ist. Ein Zurückbehaltungsrecht kann nur wegen Gegenansprüchen aus demselben Vertragsverhältnis geltend gemacht werden.

## **11. Vertragsstörung, Mängelanzeige und Haftung**

**11.1** Offensichtliche Mängel der Ausstrahlung sind unverzüglich, spätestens jedoch innerhalb von sieben (7) Kalendertagen nach Schaltungsbeginn, gegenüber sprads in Textform anzuzeigen. Unterbleibt die Anzeige, gelten die Leistungen insoweit als genehmigt.

**11.2** sprads haftet unbeschränkt bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit sowie bei schuldhafter Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit.

**11.3** Im Übrigen haftet sprads bei leichter Fahrlässigkeit nur, sofern eine Pflicht verletzt wird, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbevertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darf (Kardinalpflicht). In diesem Fall ist die Haftung auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden begrenzt.

**11.4** Die Haftung ist der Höhe nach auf den jeweils vereinbarten Anzeigenpreis des betroffenen Zeitraums begrenzt, soweit gesetzlich zulässig.

**11.5** Eine Haftung für entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen, mittelbare Schäden und sonstige Folgeschäden ist ausgeschlossen, soweit gesetzlich zulässig.

**11.6** sprads haftet nicht für Störungen, Ausfälle oder Einschränkungen, die durch Standortpartner, Dritte, Strom- oder Internetprovider oder sonstige außerhalb des Einflussbereichs von sprads liegende Umstände verursacht werden, soweit nicht zwingende gesetzliche Vorschriften entgegenstehen.

## **12. Vertragslaufzeit**

**12.1** Der Werbevertrag beginnt zum vereinbarten Schaltungsbeginn und endet mit Ablauf der vereinbarten Laufzeit automatisch, ohne dass es einer Kündigung bedarf.

**12.2** Eine Verlängerung bedarf einer gesonderten Vereinbarung in Textform; E-Mail ist ausreichend.

## **13. Sonstige Bestimmungen**

**13.1** sprads ist berechtigt, Leistungen durch Dritte als Subunternehmer zu erbringen.

**13.2** Der Werbevertrag ist kein Allein- oder Exklusivauftrag. sprads ist berechtigt, parallel weitere Verträge abzuschließen.

**13.3** sprads ist berechtigt, Standortinformationen (insbesondere Ort, Branche, Bildschirmgröße) im Rahmen von Ausstrahlungsnachweisen oder Buchungsübersichten weiterzugeben, soweit dies zur Vertragserfüllung erforderlich ist.

**13.4** Die Parteien verpflichten sich, alle Informationen, Daten und Unterlagen, die sie im Zusammenhang mit dem Werbevertrag erhalten (insbesondere Preise, Rabatte, Konditionen), vertraulich zu behandeln und – außer im Falle gesetzlicher oder behördlicher Verpflichtungen – Dritten nicht zugänglich zu machen.

**13.5** Der Kunde kann Rechte und Pflichten aus dem Werbevertrag nur mit vorheriger Zustimmung von sprads in Textform auf Dritte übertragen.

**13.6** Es gilt deutsches Recht. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit diesen AGB und dem Werbevertrag ist Hamburg, sofern gesetzlich zulässig.

- 13.7** Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung gilt diejenige wirksame Regelung als vereinbart, die dem wirtschaftlichen Zweck am nächsten kommt. Gleiches gilt für etwaige Regelungslücken.

---

Datum, Ort

---

Stempel, Unterschrift Kunde,

---

Datum, Ort

---

Unterschrift sprads