

**Allgemeine Geschäftsbedingungen der Frankfurt Business Radio GmbH & Co. Betriebs KG  
für Verträge über die Ausstrahlung von Werbung in dem Programm MAIN FM**

**1. Werbevertrag, Werbeauftrag, Geltung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen**

- a) „Werbevertrag“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend AGB) ist der Vertrag über die Ausstrahlung eines oder mehrerer Werbespots oder einer anderen vereinbarten Werbeform des Kunden (im Folgenden: Werbung). Unter „Werbeauftrag“ ist die Erklärung des Kunden zu verstehen, einen Werbevertrag mit der Frankfurt Business Radio GmbH & Co. Betriebs KG (im Folgenden: FBR) schließen zu wollen.
- b) Mit Erteilung des Werbeauftrages erklärt der Kunde, soweit er Unternehmer im Sinne von § 14 BGB, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, sein Einverständnis mit der Einbeziehung dieser AGB in den Werbevertrag. Die Gültigkeit von AGB des Kunden ist, soweit sie Regelungen in vorliegenden AGB widersprechen, ausgeschlossen. Soweit nachfolgend nicht anderweitig geregelt, sind Willenserklärungen in Schriftform oder in Textform (Wirksamkeitsvoraussetzung) abzugeben. Telefonische oder sonstige mündliche Erklärungen entfalten keine Rechtswirkung.
- c) Vorliegende AGB finden ebenfalls auf alle zukünftigen Werbeverträge des Kunden mit FBR Anwendung, auch wenn auf sie nicht jedes Mal Bezug genommen werden sollte.

**2. Vertragsschluss, Vertragsdurchführung und Rücktritt**

- a) Angebote von FBR sind freibleibend. Der Werbevertrag kommt dadurch zustande, dass FBR den vom Kunden übersandten Werbeauftrag bestätigt oder, sofern der Kunde FBR keinen Werbeauftrag übersandt hat, mit Gegenzeichnung der Auftragsbestätigung durch den Kunden. Werbeaufträge müssen vom Kunden mindestens sieben Werktage (bis 12 Uhr) vor dem Tag des vorgesehenen ersten Ausstrahlungstermins erteilt werden. Der Kunde ist an übersandte Werbeaufträge zwei Wochen gebunden.
- b) Werbeagenturen können Werbeaufträge auch im Namen und auf Rechnung ihrer Kunden erteilen. In diesem Fall versichert die Werbeagentur, von ihrem Kunden bevollmächtigt zu sein, in dessen Namen und für dessen Rechnung den Werbevertrag mit FBR nach Maßgabe des erteilten Werbeauftrages abzuschließen. FBR ist berechtigt aber nicht verpflichtet, von der Werbeagentur einen Nachweis der Bevollmächtigung zu verlangen. Die Werbeagentur hat FBR Name/Firma und Anschrift des Kunden bei Erteilung des Werbeauftrages mitzuteilen.
- c) Mit Abschluss des Werbevertrags ist FBR unter Berücksichtigung der nachstehenden Bestimmungen verpflichtet, die Werbung auftragsgemäß und vorbehaltlich Ziffer 7 dieser AGB zu dem vorgesehenen Termin auszuführen. Der Kunde ist verpflichtet, die erforderlichen Werbeunterlagen auftragsgemäß und unter Einhaltung der nachstehenden Bestimmungen bei FBR termingerecht einzureichen und den vereinbarten Preis für die gebuchten Werbekontingente zu zahlen. Ein Rücktritt vom Werbeauftrag bzw. eine Kündigung vor Auftragsausführung ist vorbe-

haltlich der nachstehenden Bestimmungen (insbesondere Ziffer 6 und 8 b dieser AGB) nur unter den gesetzlichen Voraussetzungen der §§ 323 ff. BGB möglich. Änderungen des Auftrags, insbesondere Terminverschiebungen sind nur mit schriftlicher Zustimmung von FBR möglich.

d) Kann der Auftrag wegen vom Kunden zu vertretender Umstände nicht auftragsgemäß, insbesondere nicht zum vorgesehenen Termin ausgeführt werden, ist FBR nicht zur Ausstrahlung zu einem späteren Termin verpflichtet. Der Kunde bleibt hingegen zur Zahlung der vereinbarten Vergütung verpflichtet, es sei denn, die für den Kunden vorgesehene Werbezeit wurde noch rechtzeitig anderweitig belegt. In diesem Fall hat FBR lediglich Anspruch auf Schadens- bzw. Aufwendungsersatz in Höhe von pauschal 15% der aus dem Werbevertrag geschuldeten Vergütung, wobei es beiden Seiten nachgelassen bleibt, einen geringeren oder höheren Schaden nachzuweisen.

e) Sollte der Kunde entgegen vorstehend Buchst. c) unter einfacheren Voraussetzungen zum Rücktritt bzw. Kündigung vor Auftragsdurchführung berechtigt sein, lässt die Ausübung dieser Rechte den Vergütungsanspruch von MAIN FM unberührt. Vorstehend Buchst. d) gilt hierfür entsprechend.

f) Verbundwerbung bedarf einer gesonderten Vereinbarung, auch hinsichtlich der von den allgemeinen Preisen nach Preisliste abweichenden Vergütung.

g) Soweit die Vertragsparteien nichts anderes vereinbart haben, werden Werbeverträge innerhalb des bei Vertragsabschluss laufenden Kalenderjahres abgewickelt.

### **3. Werbeunterlagen und Werbematerial, Annahmeverzug des Kunden**

a) Der Kunde ist verpflichtet, Werbeunterlagen und Werbematerial wie Texte, Tonbänder und sonstige Tonträger (im Folgenden: Werbeunterlagen) unverzüglich nach Vertragsabschluss, spätestens jedoch fünf Tage (bis 12 Uhr) vor dem Tag der Ausstrahlung der Werbesendung FBR zur Verfügung zu stellen. Die Fünf-Tage-Frist gilt auch für Änderungen des Inhaltes der Werbeaufträge sowie der Werbeunterlagen. Die Qualität der Werbeunterlagen in inhaltlicher und technischer Hinsicht liegt im alleinigen Verantwortungsbereich des Kunden. Die Gefahr der Übermittlung von Werbeunterlagen trägt der Kunde. Er räumt FBR mit Erteilung des Werbeauftrages an der zur Ausstrahlung vorgesehenen Werbung sowie an den Werbeunterlagen die örtlichen, zeitlichen und inhaltlichen Nutzungsrechte ein, welche für die Ausstrahlung erforderlich sind. Zur Ausstrahlung werden folgende Formate angenommen, soweit im Werbevertrag nichts anderes geregelt ist: CD Recordable (CDR), mp3-file (mindestens 192 kbs), jeweils konfektioniert mit Zeitangaben, Motivnummern sowie GEMA-Angaben. Tonträgern mit einer sendefertigen Einspielung der programmierten Spots müssen einen Einschaltplan mit Angabe über Werbungtreibenden, Produkt, Motiv, Spotlänge, Textmanuskript sowie alle Angaben für eine eventuelle Abrechnung mit der GEMA oder einer sonstigen Verwertungsgesellschaft beigelegt sein.

b) Fehlen Angaben zur GEMA oder zu sonstigen Verwertungsgesellschaften, ist FBR berechtigt, davon auszugehen, dass eine entsprechende Abrechnung nicht zu erfolgen hat. FB kann

bei Bedenken jedoch einen entsprechenden Nachweis der Angaben bzw. eine Unbedenklichkeitsbescheinigung verlangen.

c) Reicht der Kunde Werbeunterlagen insgesamt oder zum Teil gem. Ziff. 3 a) verspätet ein, erbringt er Angaben oder Informationen gem. Ziff. 3 a) und b) oder sonstige ihm obliegende Leistungen, von der die auftragsgemäße Ausführung des Werbeauftrags abhängt, verspätet oder unvollständig, kommt er in Annahmeverzug gem. §§ 293 ff. BGB. Dasselbe gilt, wenn der Kunde in seinem Auftrag durch FBR produzierte Werbespots ohne berechtigte Gründe oder unter Missachtung einer von FBR gesetzten Korrekturfrist nicht innerhalb der von FBR gesetzten Frist vor dem vorgesehenen Ausstrahlungstermin freigibt. Kommt es aufgrund des Annahmeverzugs nicht zur termingerechten Ausführung, gilt Ziffer 2 d) dieser AGB entsprechend.

#### **4. Rechtegewährleistung**

Der Kunde sichert FBR zu, über sämtliche Rechte an der Werbung, insbesondere an den zur Verfügung gestellten Werbeunterlagen und am Werbematerial (insbesondere Tonträger, Unterlagen, etc.) zu verfügen und weiterhin, dass durch die Werbung keine Rechte Dritter (insbesondere gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte, etc.) oder sonstige gesetzliche Bestimmungen verletzt werden und die Werbung keine sittlich anstößigen Inhalte aufweist. Sollte die Werbung gleichwohl Rechte Dritter verletzen oder gegen die Anforderungen gem. nachstehend Ziff. 6 a) verstoßen und FBR auf Unterlassung oder Leistung gleichgültig welcher Art in Anspruch genommen werden, so hat der Kunde FBR von allen hieraus resultierenden Schäden und Kosten freizustellen, einschließlich angemessener Kosten der Rechtsverteidigung. Im Falle der Geltendmachung von Ansprüchen gegen FBR ist der Kunde verpflichtet, alle ihm vorliegenden und zugänglichen Informationen und Unterlagen unverzüglich zur Verfügung zu stellen, die bei der Abwehr der geltend gemachten Ansprüche dienlich sein können. Gleiches gilt im Falle eines strafrechtlichen oder behördlichen Verfahrens.

#### **5. Aufbewahrungspflicht**

Die Pflicht zur Aufbewahrung von Werbeunterlagen endet für FBR nach der letzten Ausstrahlung. FBR ist berechtigt aber nicht verpflichtet, die Werbeunterlagen auf Gefahr und Kosten des Kunden an diesen zurückzuschicken. An Stelle einer Rücksendung ist FBR zur Vernichtung der Werbeunterlagen dann berechtigt, wenn den Kunden eine Frist von mindestens zwei Wochen zur Rücknahme der Werbeunterlagen gesetzt worden ist und der Kunde innerhalb dieser Frist die Werbeunterlagen nicht zurückgenommen hat. FBR ist zur Zurückbehaltung der Werbeunterlagen bis zur vollständigen Zahlung der geschuldeten Vergütung berechtigt.

#### **6. Ablehnung der Ausstrahlung rechtlich unzulässiger Werbung**

a) FBR ist nicht verpflichtet, den Inhalt der zur Ausstrahlung vorgesehenen Werbung vor Abschluss eines Werbevertrages zu prüfen. FBR behält sich auch nach Abschluss von Werbeverträgen vor, die Ausstrahlung der Werbung wegen ihres Inhalts abzulehnen, wenn dieser gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder seine Ausstrahlung aus sittlichen oder moralischen Gründen unzumutbar ist. Die vorgesehene Werbung muss insbesondere dem Rund-

funkstaatsvertrag und dem Gesetz über den privaten Rundfunk in Hessen sowie den Verhaltensregeln des Zentralverbandes der Werbewirtschaft e. V. und des Deutschen Werberates entsprechen.

b) Soweit keine gesetzliche Verpflichtung zur Ausstrahlung von Wahlwerbung politischer Parteien besteht, ist die Werbung für politische Zwecke jeder Art, für religiöse Auffassungen oder weltanschauliche Überzeugungen sowie die Verwendung entsprechender Aussagen in der Werbung ausgeschlossen.

c) In jedem Falle einer Ablehnung von Werbeaufträgen wird FBR dem Kunden die Gründe auf Verlangen unverzüglich mitteilen, es sei denn, dass der Werbeauftrag nicht rechtzeitig im Sinne von Ziff. 2 a) erteilt oder die Werbeunterlagen und das Werbematerial nicht rechtzeitig im Sinne von Ziff. 3 a) zur Verfügung gestellt worden sind.

d) Der Kunde hat bei Ablehnung der Ausstrahlung FBR unverzüglich eine Ersatz-Werbung zu übersenden, welcher Ausstrahlungshindernisse nicht entgegenstehen. Der Kunde hat ausschließlich Anspruch auf Sendung der Ersatz-Werbung, soweit diese noch termingerecht ausgeführt werden kann; weitergehende Ansprüche, insbesondere auf Schadens- oder Aufwendungsersatz sind ausgeschlossen. Sollte jedoch eine Ersatzwerbung für die vorgesehene Ausstrahlungszeit nicht rechtzeitig gem. Ziff. 8 a zur Verfügung stehen, so gilt Ziff. 2 d) entsprechend.

## **7. Sendezeiten/Programmänderungen**

a) Wenn dem Kunden Sendezeiten reserviert werden, ohne dass bereits ein Werbevertrag abgeschlossen ist, erfolgt die Reservierung unverbindlich.

b) Die Ausstrahlungszeiten der Werbesendungen werden im Rahmen der Möglichkeiten unter Berücksichtigung der Interessen des Kunden nach billigem Ermessen von FBR festgelegt. FBR übernimmt keine Gewähr für die Einhaltung bestimmter Sendezeiten. Der Kunde wird darauf hingewiesen, dass es insbesondere aus programmtechnischen oder programmorganisatorischen Gründen zur Verschiebung vorgesehener Sendezeiten kommen kann. Wird eine Werbung aus programmtechnischen oder programmorganisatorischen Gründen oder wegen höherer Gewalt, Streik oder vergleichbarer Umstände nicht ausgestrahlt, so wird die Werbesendung auf einen anderen Sendetermin verschoben. Die Interessen des Kunden gelten als gewahrt, wenn eine Verschiebung der Sendezeit im gleichen Stunden- und Preissegment erfolgt. FBR wird den Kunden unverzüglich über eine Verschiebung sowie über den neuen Sendetermin informieren, es sei denn, dass die Verschiebung lediglich innerhalb einer Zeitspanne von zwei Stunden vor oder nach dem vorgesehenen Sendetermin unter Beibehaltung des vereinbarten Preissegmentes erfolgt. Sofern aus den in diesem Abschnitt dargestellten Gründen eine Sendung nicht ausgestrahlt oder nicht verschoben werden kann oder eine Verschiebung dem Kunden nicht zumutbar ist, hat der Kunde Anspruch auf Rückzahlung der für diese Sendung bereits bezahlten Vergütung. Weitergehende Ansprüche sind vorbehaltlich Ziffer 10 ausgeschlossen.

## **8. Vergütung**

a) Die vom Kunden für die Ausstrahlung der Werbung zu zahlende Vergütung ergibt sich aus dem Werbevertrag in Verbindung mit der jeweils gültigen Preisliste. Soweit der Kunde mit FBR einen gesonderten Vertrag über die Produktion von Werbespots schließt, ist diese Leistung gesondert zu vergüten. Für die Berechnung des Sekundenpreises der jeweiligen Ausstrahlung wird die von FBR anlässlich der Sendung ermittelte Zeit zu Grunde gelegt. Musik, Gesang und werbliche Geräuschkulissen werden, soweit sie Bestandteil des Werbespots sind, in die Ausstrahlungszeit eingerechnet. Die Abrechnung erfolgt auf der Basis der effektiv ausgestrahlten Sendesekunden der jeweiligen Sendestunde. Soweit zusätzliche Kosten wie z. B. GEMA-Gebühren entstehen, hat der Kunde diese zusätzlich zu der Vergütung für die Ausstrahlung des Werbespots zu bezahlen und die erforderlichen Informationen, insbesondere Produzenten, Verlag, Komponisten, Titel, Länge der Werbemusik, mit Übersendung der Werbeunterlagen anzugeben.

b) FBR behält sich das Recht vor, Änderungen der Preisliste vorzunehmen. Bei bestehenden Werbeverträgen wird eine Änderung des Listenpreises nicht berücksichtigt, wenn die Ausstrahlung der Werbung innerhalb eines Monats nach Bekanntgabe der Preisänderung erfolgt; dem Kunden wird das Recht eingeräumt, den Werbevertrag auf den Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Preiserhöhung zu kündigen. Das Kündigungsrecht muss innerhalb von sieben Tagen nach Zugang der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden; ansonsten wird die Preiserhöhung verbindlich mit der Folge, dass der Werbevertrag zu den neuen Bedingungen für den ursprünglich vorgesehenen Zeitraum fortgesetzt wird.

## **9. Rechnungsstellung und Zahlung**

a) Die Rechnungen werden monatlich als Sammelrechnungen erstellt. Die Einschaltungen nach Maßgabe des Werbevertrages werden monatlich im Voraus in Rechnung gestellt. Die Rechnungsbeträge sind vor der ersten Ausstrahlung fällig, spätestens jedoch vierzehn Tage nach Rechnungszugang. Bei Zahlung innerhalb von zehn Tagen nach Rechnungszugang oder bei Teilnahme am Lastschriftinzugsverfahren werden 2% Skonto gewährt. Dem Kunden werden ab dem 31. Tag nach Rechnungsstellung Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe für verspätete Zahlungseingänge berechnet. FBR behält sich in Einzelfällen die Geltendmachung von Abschlagszahlungen vor. Zahlungen hat der Kunde auf das in der Rechnung angegebene Konto zu leisten.

b) FBR ist berechtigt, bei Zahlungsverzug die Ausstrahlung von Werbung bis zur Zahlung aller offenen Forderungen auszusetzen. Für die Vergütung bzw. den aus der unterbliebenen Ausstrahlung resultierenden Schaden gilt Ziffer 2 d) dieser AGB entsprechend.

## **10. Haftung**

a) FBR haftet bei der Verletzung von Leib, Leben und Gesundheit des Kunden ohne jegliche Einschränkung. Im Übrigen haftet FBR für Sach- und Vermögensschäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, außer bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten oder etwaig übernommener Garantien oder sonstiger Zusicherungen nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen.

- b) Die Haftung von FBR ist im kaufmännischen Geschäftsverkehr auf vertragstypische und vorhersehbare Schäden und insoweit auf max. € 20.000,00 pro Schadensfall beschränkt, es sei denn dies würde dem Vertragszweck im Einzelfall entgegenstehen.
- c) FBR haftet ferner nicht für Folgeschäden, wie z. B. entgangenen Gewinn, vereitelte Einsparungen oder sonstige mittelbare Schäden, es sei denn, dies widerspricht im Einzelfall dem Vertragszweck.
- d) In Fällen höherer Gewalt, insbesondere Rechnerausfall, Streik, Störung im Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. Providern, Netzbetreibern oder Leistungsanbietern vergleichbarer Art) wird die Ausführung des Vertrages nach Möglichkeit nachgeholt. Beiden Parteien bleibt das Recht zum sofortigen Rücktritt nachgelassen.

#### **11. Aufrechnung, Zurückbehaltungsrecht**

- a) Der Kunde kann die Aufrechnung mit Gegenforderungen nur erklären, wenn es sich um unbestrittene oder rechtskräftig festgestellte Forderungen handelt.
- b) Die Geltendmachung von Zurückbehaltungsrechten durch den Kunden ist ausgeschlossen, sofern die Gegenansprüche aus einem anderen Vertragsverhältnis oder aus einem gesetzlichen Schuldverhältnis resultieren. Beruhen die Gegenansprüche auf demselben Vertragsverhältnis oder auf einem gesetzlichen Schuldverhältnis, ist die Geltendmachung des Zurückbehaltungsrechtes nur zulässig, wenn es sich um unbestrittene oder rechtskräftig festgestellte Gegenansprüche handelt.

#### **12. Sonstiges**

- a) Der Werbevertrag einschließlich dieser AGB unterliegt ausschließlich deutschem Recht.
- b) Ergänzungen und/oder Änderungen des Werbevertrages einschließlich dieser AGB bedürfen als Wirksamkeitsvoraussetzung der Schriftform oder der Textform. Dies gilt gleichermaßen für einen Verzicht auf vorstehende Formerfordernisse.
- c) Sollte/n eine oder mehrere Bestimmung/en des Werbevertrages oder dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen des Werbevertrages oder dieser AGB nicht berühren. Die unwirksame/n Bestimmung/en soll/en vielmehr durch eine oder mehrere rechtlich zulässige Regelung/en ersetzt werden, die dem von den Vertragsparteien mit der/den unwirksamen Bestimmung/en verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt/en. Sinngemäß Gleiches gilt für die Ausfüllung etwaiger Vertragslücken.
- d) Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus und in Verbindung mit dem Werbevertrag und seiner Beendigung ist Frankfurt am Main. Daneben kann jede Vertragspartei auch an ihrem allgemeinen Gerichtsstand in Anspruch genommen werden.

Stand: September 2008