

OSNA.COM GMBH · OSNABRÜCK

Allgemeine Geschäftsbedingungen HASEPOST Werbung

für Verträge über Planung, Erstellung, Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung von Werbung

osna.com GmbH

Große Gildewart 21, 49074 Osnabrück

Registergericht: Amtsgericht Osnabrück, HRB 204609

Portal: werbung.hasepost.de

Stand: 30. August 2026

1. Anbieter, Geltungsbereich und Unternehmerstatus

(1) Anbieter der Werbeleistungen ist die osna.com GmbH, Große Gildewart 21, 49074 Osnabrück (nachfolgend „Anbieter“). Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Verträge über die Planung, Erstellung, Schaltung, Veröffentlichung oder sonstige Verbreitung von Werbung und werblichen Inhalten in den vom Anbieter vermarkteten Medien.

(2) Das Online-Portal unter werbung.hasepost.de richtet sich ausschließlich an Unternehmer im Sinne des § 14 BGB, juristische Personen des öffentlichen Rechts, öffentlich-rechtliche Sondervermögen sowie rechtsfähige Personenvereinigungen, die in Ausübung ihrer gewerblichen, selbständigen beruflichen, politischen oder institutionellen Tätigkeit handeln. Verträge mit Verbrauchern im Sinne des § 13 BGB werden über das Portal nicht geschlossen.

(3) Diese AGB, die bei der Buchung angezeigte Leistungsbeschreibung, die technischen Vorgaben und die im Zeitpunkt der Bestellung ausgewiesenen Preise bilden gemeinsam die Vertragsgrundlage. Individuelle Vereinbarungen gehen diesen AGB vor. Abweichende Bedingungen des Auftraggebers gelten nur, wenn der Anbieter ihrer Geltung ausdrücklich in Textform zugestimmt hat.

(4) Der Vertragsschluss erfolgt in deutscher Sprache. Rechtserhebliche Erklärungen können, soweit nicht ausdrücklich anders geregelt, in Textform abgegeben werden.

2. Begriffe und Werbeformen

(1) „Auftraggeber“ oder „Kunde“ ist der unmittelbare Vertragspartner des Anbieters. „Werbemittel“ sind insbesondere Banner, Grafiken, Animationen, Texte, Bilder, Audio- oder Videodateien, verlinkte Flächen, Advertorials, Social-Media-Inhalte und sonstige zur Veröffentlichung bestimmte Materialien.

(2) „Werbeauftrag“ ist der Vertrag über eine oder mehrere Werbeleistungen in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere Online-Medien, Zeitungen, sozialen Netzwerken, auf Werbeflächen oder im Rundfunk einschließlich Streaming.

(3) Produktspezifische Angaben, insbesondere Format, Dateityp, maximale Dateigröße, Mindestbuchungsdauer, Platzierung, Rotationsmodell, Frequenzbegrenzung, Materialfrist und Downloadvorlagen, werden Bestandteil des jeweiligen Werbeauftrags, wenn sie bei der Buchung angezeigt werden.

3. Vertragsschluss außerhalb und innerhalb des Online-Portals

- (1) Außerhalb des Online-Portals kommt der Vertrag durch die Bestätigung des Auftrags in Textform oder durch Beginn der vereinbarten Leistungserbringung zustande.
- (2) Die Darstellung von Werbeprodukten im Online-Portal ist kein bindendes Angebot, sondern eine Aufforderung zur Abgabe einer Bestellung. Mit Betätigung des abschließenden Bestellbuttons gibt der Kunde ein verbindliches Angebot über die im Warenkorb bezeichneten Leistungen und Buchungszeiträume ab.
- (3) Eine automatisch versandte Eingangsbestätigung bestätigt zunächst nur den Zugang der Bestellung. Der Vertrag kommt zustande, sobald der Anbieter die Bestellung ausdrücklich als verbindlich bestätigt, die erfolgreiche Zahlung beziehungsweise Zahlungsautorisierung und die verbindliche Belegung mitteilt oder mit der Leistung beginnt. Eine nur vorläufige Reservierungs-, Prüf- oder Wartestatusmeldung ist noch keine Annahme.
- (4) Bei sofort zahlbaren Zahlungsarten steht der Vertragsschluss unter der Voraussetzung einer erfolgreichen Zahlungsbestätigung. Beim Rechnungsbuchung über Billie steht die verbindliche Buchung unter der Voraussetzung der erfolgreichen externen Unternehmens-, Adress- und Bonitätsprüfung sowie der anschließenden Zahlungsautorisierung.
- (5) Scheitert die Zahlung, wird sie abgebrochen oder wird eine erforderliche Freigabe nicht erteilt, kann der Kunde innerhalb der angebotenen Frist eine andere Zahlungsart wählen. Bis zur erfolgreichen Fortsetzung bleibt die Buchung lediglich vorläufig reserviert; ein Anspruch auf dauerhafte Freihaltung des Inventars besteht nicht.
- (6) Gibt eine andere Person als der benannte Rechnungsempfänger die Bestellung ab, insbesondere ein Mitarbeiter, eine Agentur oder ein Affiliate, gewährleistet sie, zur Abgabe der Bestellung, zur Übermittlung der Bestell-, Kontakt- und Rechnungsdaten sowie zur Auswahl der Zahlungsart bevollmächtigt zu sein. Vertragspartner und Schuldner der Werbevergütung ist der im Bestellprozess benannte Rechnungsempfänger. Der Anbieter darf die dort angegebenen Daten zugrunde legen. Auf Verlangen ist die Bevollmächtigung nachzuweisen.

4. Buchungen über Affiliates

- (1) Wird eine Buchung unter Verwendung eines Affiliate-Codes vorgenommen oder durch einen Affiliate empfohlen, kommt der Werbeauftrag ausschließlich zwischen dem Kunden und der osna.com GmbH zustande. Rechnungsempfänger und Schuldner der Werbevergütung ist der Kunde. Der Affiliate wird nicht Partei des Werbeauftrags.
- (2) Zusätzliche Leistungen des Affiliates, etwa Werbeberatung, medienübergreifende Planung, Gestaltung oder technische Aufbereitung von Werbemitteln, beruhen ausschließlich auf einem gesonderten Rechtsverhältnis zwischen Kunde und Affiliate. Der Anbieter wird daraus weder verpflichtet noch haftbar.
- (3) Gibt der Kunde einen Affiliate-Code ein, erklärt er sich damit einverstanden, dass der betreffende Affiliate buchungsbezogene Mitteilungen in Kopie erhalten kann, insbesondere Bestellbestätigung, Rechnung, Materiallink und Erinnerungen. Der Kunde darf den Code nicht verwenden, wenn er diese Einbindung nicht wünscht. Ein späterer Widerruf der Kopieübermittlung ist in Textform möglich und lässt den bereits geschlossenen Werbeauftrag unberührt.
- (4) Ein über den Affiliate-Code gewährter Kundenrabatt mindert den vom Kunden zu zahlenden Preis. Interne Vergütungsabreden zwischen Anbieter und Affiliate haben keinen Einfluss auf Inhalt und Durchführung des Werbeauftrags.
- (5) Die Materialanlieferung, Freigabe, Zahlung und sonstige Durchführung des Werbeauftrags obliegen dem Kunden. Eine Mitwirkung des Affiliates erfolgt nur, soweit der Kunde ihn dazu selbst beauftragt hat, und begründet keine Pflichten des Anbieters gegenüber dem Affiliate.

5. Buchungszeitraum, Verfügbarkeit und Reservierung

- (1) Maßgeblich sind der bei der Buchung ausgewählte Zeitraum und die im Produkt ausgewiesene Mindestbuchungsdauer. Nach Ablauf der Mindestdauer kann der Zeitraum, soweit angeboten, tageweise verlängert werden.
- (2) Die Verfügbarkeitsanzeige beruht auf dem zum Abrufzeitpunkt bekannten Inventar. Bis zur verbindlichen Annahme und Zahlungsbestätigung kann sich die Verfügbarkeit ändern. Ist eine Position zwischenzeitlich vollständig belegt, wird keine Zahlung ausgelöst oder eine bereits autorisierte Zahlung rückabgewickelt.
- (3) Soweit nicht anders angegeben, beginnen und enden tageweise gebuchte Online-Kampagnen an den ausgewiesenen Kalendertagen nach deutscher Ortszeit. Technisch oder redaktionell notwendige kurze Anlauf- und Beendigungszeiten sind unschädlich, sofern die geschuldete Gesamtleistung dadurch nicht wesentlich beeinträchtigt wird.
- (4) Der Anbieter kann angemessene Vorlaufzeiten festlegen. Im Online-Portal kann ein frühestmöglicher Kampagnenbeginn vorgegeben werden, um Zahlung, Materialprüfung und technische Übergabe rechtzeitig abzuschließen.

6. Rahmenabschlüsse, Abrufe und Nachlässe

- (1) Ist bei einem Rahmenabschluss der Abruf einzelner Werbemittel vereinbart, muss der Auftrag grundsätzlich innerhalb eines Jahres seit Vertragsschluss abgewickelt werden, sofern nichts anderes vereinbart ist.
- (2) Weitere Abrufe über die vereinbarte Menge hinaus stehen unter dem Vorbehalt verfügbarer Kapazität.
- (3) Wird eine vereinbarte Abnahmemenge aus Gründen nicht erreicht, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, ist ein gewährter mengenabhängiger Nachlass nach Maßgabe der tatsächlichen Abnahme zu korrigieren. Umgekehrt kann der Auftraggeber einen nach der Preisliste für die tatsächliche Jahresabnahme vorgesehenen Nachlass binnen drei Monaten nach Ablauf des Abnahmejahres verlangen.

7. Platzierung, Rotation und Auslieferungslogik

- (1) Geschuldet ist die gebuchte Werbeform im vereinbarten Umfeld. Ein Anspruch auf eine bestimmte redaktionelle Nachbarschaft, Reihenfolge oder Position besteht nur, wenn diese ausdrücklich als feste Platzierung gebucht wurde.
- (2) Bei Rotationsplätzen wird die Platzierung mit bis zu der in der Produktbeschreibung genannten Zahl bezahlter Motive belegt. Die Auslieferung erfolgt in technischer Rotation. Eine streng abwechselnde Reihenfolge oder exakt gleiche Zahl von Einblendungen je Motiv wird nicht geschuldet, sofern nicht ausdrücklich eine impressionsbasierte Verteilung vereinbart ist.
- (3) Als exklusiv bezeichnete Formate, insbesondere der Curtain Drop, werden im gebuchten Zeitraum grundsätzlich nur mit einem Kundenmotiv belegt. Produktspezifische Frequenzbegrenzungen, etwa je Sitzung oder Browser und Kalendertag, bleiben Bestandteil der Leistung.
- (4) Nicht verkaufte Kapazitäten können mit Eigenwerbung, gemeinnützigen Hinweisen oder sonstigen Fallback-Motiven belegt werden. Die Auslieferung bezahlter Buchungen darf dadurch nicht entgegen der vertraglich vereinbarten Priorität beeinträchtigt werden.
- (5) Der Anbieter darf eine Platzierung innerhalb eines gleichwertigen Umfelds technisch anpassen, wenn dies wegen Änderungen des Seitenlayouts, der Gerätedarstellung oder aus Sicherheitsgründen erforderlich ist und die Werbewirkung nicht wesentlich beeinträchtigt wird.

8. Daten- und Materialanlieferung

- (1) Der Kunde muss für jeden gebuchten Zeitraum das zugehörige Werbemittel, die Ziel-URL und alle verlangten Zusatzangaben vollständig, fehlerfrei und spätestens 24 Stunden vor Kampagnenbeginn über den vorgesehenen Materialweg einreichen. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, gilt der Grundsatz: eine Buchung und ein Zeitraum entsprechen einem Motiv.
- (2) Die Dateien müssen den bei der Buchung ausgewiesenen technischen Vorgaben entsprechen. Dazu gehören insbesondere Pixelmaß, Dateiformat, maximale Dateigröße, Animationsvorgaben und Lesbarkeit auf kleinen Bildschirmen. Dateien, die diese Vorgaben nicht erfüllen, können bereits beim Upload zurückgewiesen werden.
- (3) Erfolgt die Anlieferung verspätet, unvollständig oder fehlerhaft, besteht kein Anspruch auf einen pünktlichen Kampagnenbeginn, Nachholung oder Verlängerung. Der Vergütungsanspruch bleibt unberührt, soweit der Anbieter die Verzögerung nicht zu vertreten hat; ersparte Aufwendungen werden angerechnet.
- (4) Änderungen nach Einreichung oder Freigabe gelten als neue Materialfassung und können eine erneute Prüfung auslösen. Ein Anspruch auf Motivwechsel während eines gebuchten Zeitraums besteht nur bei ausdrücklicher Vereinbarung.
- (5) Der Anbieter darf aus dem angelieferten Ausgangsmotiv technisch erforderliche Derivate erstellen, insbesondere eine optimierte oder verkleinerte Mobilfassung, sofern die Werbeaussage nicht inhaltlich verändert wird. Eine automatische Komprimierung oder Konvertierung, die Qualität oder Animation wesentlich verändert, wird nicht geschuldet.
- (6) Die Pflicht zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung, soweit gesetzliche Aufbewahrungs- oder Transparenzpflichten keine längere Speicherung erfordern.

9. Materialprüfung, Freigabe und Ablehnung

- (1) Jedes Werbemittel kann vor der Auslieferung technisch und inhaltlich geprüft werden. Die Prüfung dient dem Schutz des Angebots und ersetzt keine Rechtsberatung oder eigene rechtliche Prüfung des Kunden.
- (2) Der Anbieter darf Werbemittel ablehnen, sperren oder entfernen, wenn sie gegen Gesetze, behördliche Vorgaben, anerkannte Werbestandards, Rechte Dritter oder produktspezifische Anforderungen verstoßen oder ihre Veröffentlichung wegen Inhalt, Herkunft, Zielseite, Gestaltung oder technischer Form unzumutbar ist.
- (3) Das gilt auch, wenn ein Verstoß erst nach Veröffentlichung bekannt wird oder wenn der Kunde Inhalte beziehungsweise verlinkte Zielseiten nachträglich so ändert, dass die Voraussetzungen für eine Ablehnung vorliegen.
- (4) Soweit möglich, erhält der Kunde Gelegenheit zur rechtzeitigen Korrektur. Kann die Kampagne wegen eines vom Kunden zu vertretenden Mangels nicht oder nicht vollständig laufen, gelten die Regelungen zur verspäteten Materialanlieferung entsprechend.

10. Rechte, Verantwortlichkeit und Freistellung

- (1) Der Kunde gewährleistet, dass Werbemittel, Aussagen, Marken, Bilder, Musik, Videos, Zielseiten und sonstige Inhalte rechtmäßig sind und er über sämtliche zur vertragsgemäßen Nutzung erforderlichen Rechte und Einwilligungen verfügt.
- (2) Der Kunde räumt dem Anbieter für die Dauer und den Zweck des Werbeauftrags die erforderlichen einfachen Nutzungsrechte ein, insbesondere zur Speicherung, technischen Bearbeitung, Vervielfältigung, öffentlichen Zugänglichmachung, Verbreitung, Sendung und Auslieferung über die vereinbarten Medien und Geräte.
- (3) Der Kunde ist für Inhalt, Pflichtangaben und rechtliche Zulässigkeit allein verantwortlich. Der Anbieter ist nicht verpflichtet, ohne konkreten Anlass nach Rechtsverletzungen zu forschen.

(4) Der Kunde stellt den Anbieter von berechtigten Ansprüchen Dritter und Behörden frei, die auf einer vom Kunden zu vertretenden Rechtsverletzung beruhen, einschließlich der erforderlichen Kosten angemessener Rechtsverteidigung. Der Kunde unterstützt den Anbieter unverzüglich mit den notwendigen Informationen und Unterlagen.

11. Kennzeichnung und redaktionelle Trennung

(1) Werbemittel, die nicht bereits eindeutig als Werbung erkennbar sind, werden insbesondere als „Anzeige“, „Werbung“, „Sponsored Post“ oder mit einer vergleichbaren Kennzeichnung kenntlich gemacht.

(2) Advertorials und gesponserte Inhalte werden vom redaktionellen Angebot getrennt und entsprechend gekennzeichnet. Ein Anspruch auf redaktionelle Berichterstattung, redaktionelle Empfehlung oder Einflussnahme auf redaktionelle Inhalte entsteht durch einen Werbeauftrag nicht.

12. Politische Werbung

(1) Politische Werbung wird nur nach gesonderter Auswahl, vollständiger Transparenzangabe und besonderer Freigabe angenommen. Der Kunde muss zutreffend angeben, ob eine Buchung politische Werbung darstellt, und alle vom Anbieter verlangten Angaben insbesondere zu Sponsor, gegebenenfalls kontrollierender Einrichtung, Kostenträger, Finanzierung, Wahl- oder Verfahrensbezug und sonstiger Gegenleistung vollständig und wahrheitsgemäß übermitteln.

(2) Politische Werbung wird ohne personenbezogenes, geografisches, verhaltensbezogenes oder gerätebezogenes Targeting ausgeliefert. Die Auswahl erfolgt ausschließlich nach gebuchter Platzierung und Laufzeit. Der Kunde darf keine davon abweichende Auslieferung verlangen oder durch angelieferte Technik veranlassen.

(3) Der Kunde bestätigt, dass der Sponsor die jeweils geltenden gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt und die bestellende Person zur Abgabe der Erklärungen berechtigt ist. Änderungen an Werbemittel, Sponsor, Ziel-URL, Zeitraum oder Transparenzdaten können die Freigabe aufheben und eine erneute Prüfung erforderlich machen.

(4) Der Kunde stimmt zu, dass gesetzlich vorgeschriebene Kennzeichnungen und Transparenzinformationen öffentlich bereitgestellt, während der Veröffentlichung aktualisiert und entsprechend gesetzlichen Aufbewahrungsfristen gespeichert sowie an gesetzlich vorgesehene Register oder zuständige Stellen übermittelt werden. Personenbezogene Daten werden dabei nur veröffentlicht, soweit dies rechtlich erforderlich ist.

(5) Eine Zahlung oder Zahlungsautorisierung begründet keinen Anspruch auf Veröffentlichung einer nicht freigegebenen politischen Anzeige. Falsche, unvollständige oder verspätete Angaben können zur Ablehnung, Sperrung oder Entfernung führen. Weitergehende gesetzliche Pflichten bleiben unberührt.

13. Ziel-URLs, Trackingparameter und Messung

(1) Der Kunde muss eine sichere und rechtlich zulässige Ziel-URL angeben. Er ist für Inhalte, Erreichbarkeit, Datenschutz und technische Sicherheit der Zielseite verantwortlich.

(2) Der Anbieter kann Klicks über eine eigene Weiterleitungs- und Zähllogik erfassen. Vom Kunden gewünschte UTM-Parameter können optional ergänzt werden. Enthält die Ziel-URL bereits Trackingparameter, ist der Kunde für deren Richtigkeit und datenschutzrechtliche Zulässigkeit verantwortlich.

(3) Soweit Berichte über Einblendungen oder Klicks bereitgestellt werden, sind die Messwerte des Adservers des Anbieters maßgeblich. Sie können durch Botfilter, Werbeblocker, Browser- und Datenschutzeinstellungen, Caching, Netzwerkfehler oder Mehrfachaufrufe beeinflusst werden. Eine Messung nach einem externen Prüfstandard oder die vollständige Erfassung jedes Sichtkontakts wird nur bei ausdrücklicher Vereinbarung geschuldet.

(4) Zeitbezogene Buchungen begründen keinen Anspruch auf eine bestimmte Zahl von Einblendungen oder Klicks. Impressions- oder kontaktbezogene Ziele gelten nur, wenn sie ausdrücklich Vertragsbestandteil sind.

14. Erstellung und Änderung von Werbemitteln

- (1) Übernimmt der Anbieter zusätzlich die Gestaltung oder Bearbeitung eines Werbemittels, gelten Briefing, Korrekturumfang, Vergütung und Nutzungsrechte nach der jeweiligen Leistungsbeschreibung oder Individualvereinbarung.
- (2) Vom Kunden gewünschte oder zu vertretende Änderungen, zusätzliche Korrekturschleifen, Formatadaptionen oder verspätete Umarbeitungen können gesondert berechnet werden.
- (3) Ohne ausdrückliche Vereinbarung schuldet der Anbieter keine dauerhafte Herausgabe offener Produktionsdateien oder uneingeschränkte Nutzungsrechte außerhalb des gebuchten Werbeauftrags.

15. Leistungsstandard und Gewährleistung

- (1) Der Anbieter schuldet eine dem üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe. Eine unter allen Endgeräten, Browsern, Bildschirmgrößen, Druckverfahren und Netzzuständen vollständig identische oder fehlerfreie Darstellung kann nicht garantiert werden.
- (2) Unwesentliche Abweichungen sind insbesondere solche, die durch ungeeignete oder veraltete Hard- und Software beim Nutzer, Werblocker, Browserkonfigurationen, Fremdnetze, Proxies oder Caches, technisch notwendige responsive Anpassungen oder geringfügige drucktechnische Farb- und Materialabweichungen entstehen.
- (3) Bei einem wesentlichen Mangel kann der Anbieter nach eigener Wahl angemessene Ersatzwerbung oder Nacherfüllung leisten. Schlägt diese fehl oder ist sie unzumutbar, kann der Kunde die Vergütung angemessen mindern oder hinsichtlich des betroffenen Leistungsteils zurücktreten.
- (4) Offensichtliche Mängel sind bei elektronischen Medien unverzüglich nach Schaltungsbeginn und bei Printmedien innerhalb einer Woche nach Veröffentlichung in Textform zu rügen. Bei wiederholten Schaltungen muss ein erkennbarer Fehler vor der nächsten Schaltung angezeigt werden.

16. Technische Ausfälle und sonstige Leistungsstörungen

- (1) Störungen aus dem Verantwortungsbereich Dritter, höhere Gewalt, Streik, behördliche Maßnahmen, Ausfälle von Kommunikationsnetzen oder sonstige vom Anbieter nicht zu vertretende Ereignisse verlängern Leistungsfristen angemessen. Der Anbieter holt ausgefallene Leistungen nach Möglichkeit nach.
- (2) Ein vorübergehender Ausfall des Adservers von insgesamt nicht mehr als 24 Stunden innerhalb von 30 Tagen ab Schaltungsbeginn gilt als unwesentlich. Überschreitet ein vom Anbieter zu vertretender Ausfall bei einer zeitgebundenen Festbuchung zehn Prozent der gebuchten Zeit, entfällt die Vergütung anteilig für den erheblichen Ausfallzeitraum, soweit keine zumutbare Ersatzschaltung erfolgt.
- (3) Wartungsarbeiten und Sicherheitsmaßnahmen dürfen durchgeführt werden, soweit sie erforderlich sind und Kampagnen nach Möglichkeit nicht wesentlich beeinträchtigen.

17. Preise, Umsatzsteuer und Rechnungen

- (1) Es gelten die bei Auftragserteilung ausgewiesenen Preise. Alle Preise verstehen sich netto zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer, sofern nicht ausdrücklich anders angegeben.
- (2) Gutscheine und Affiliate-Codes werden nur nach den bei ihrer Ausgabe festgelegten Bedingungen berücksichtigt. Pro Bestellung kann die Zahl einsetzbarer Codes beschränkt werden. Ein Anspruch auf nachträgliche Anrechnung besteht nicht.
- (3) Rechnungen werden elektronisch erstellt und an die angegebene Rechnungs-E-Mail-Adresse übermittelt. Der Kunde ist für vollständige und richtige Rechnungsdaten verantwortlich und muss Änderungen unverzüglich mitteilen.

(4) Preiserhöhungen betreffen bereits verbindlich bestätigte Einzelbuchungen nicht. Bei laufenden Rahmenaufträgen werden Erhöhungen mindestens einen Monat vor dem nächsten Abruf angekündigt; dem Kunden steht für noch nicht bestätigte Abrufe ein Kündigungs- oder Rücktrittsrecht binnen 14 Tagen nach Zugang der Mitteilung zu.

18. Zahlungsabwicklung über Mollie

(1) Zur Abwicklung von Online-Zahlungen setzt der Anbieter Mollie B.V., Keizersgracht 126, 1015 CW Amsterdam, Niederlande, sowie die für die gewählte Zahlungsart beteiligten Zahlungsdienstleister und Finanzinstitute ein.

(2) Die für Durchführung, Autorisierung, Abrechnung, Risikoprüfung, Betrugsprävention und Rückabwicklung erforderlichen Vertrags-, Bestell-, Kontakt- und Zahlungsdaten werden an Mollie und, soweit erforderlich, an beteiligte Unternehmen übermittelt. Mollie ist nicht Vertragspartner des Kunden hinsichtlich der Werbeleistung.

(3) Ein Anspruch auf eine bestimmte Zahlungsart besteht nicht. Zahlungsarten können von technischen Voraussetzungen sowie Identitäts-, Adress-, Risiko- oder Bonitätsprüfungen abhängen und im Einzelfall abgelehnt werden.

19. Kartenzahlung und PayPal

(1) Bei Kartenzahlung erfolgt die Abwicklung über Mollie, die beteiligten Kartenorganisationen, kartenausgebenden Institute und sonstigen Zahlungsdienstleister. Die Buchung wird erst nach erfolgreicher Autorisierung und der im Bestellprozess vorgesehenen Bestätigung verbindlich.

(2) Bei PayPal wird der Kunde in den von PayPal bereitgestellten Zahlungsvorgang weitergeleitet. Die Abwicklung erfolgt über Mollie und PayPal nach den für das jeweilige PayPal-Konto oder die ausgewählte PayPal-Zahlungsart geltenden Bedingungen.

(3) Wird eine zunächst bestätigte Zahlung später zurückgebucht, angefochten oder erstattet, bleiben die vertraglichen Zahlungsansprüche und Rückabwicklungsregeln unberührt, soweit die Werbeleistung bereits erbracht wurde oder die Rückbelastung nicht auf einer berechtigten Vertragsbeendigung beruht.

20. Kauf auf Rechnung für Firmenkunden über Billie

(1) Für ausgewählte Firmenkunden kann Kauf auf Rechnung über die Billie GmbH angeboten werden. Billie führt im Bestellprozess eine Adress- und Bonitätsprüfung durch. Ein Anspruch auf Freigabe besteht nicht.

(2) Nach erfolgreicher Prüfung und Abgabe der Bestellung tritt der Anbieter seine Zahlungsforderung gegen den Kunden an die Billie GmbH ab.

(3) Der Rechnungsbetrag ist innerhalb der auf der Rechnung angegebenen Zahlungsfrist, derzeit regelmäßig 30 Tage, ausschließlich auf das von Billie mitgeteilte und in den Zahlungsinformationen bezeichnete Konto zu überweisen. Die Bankverbindung der osna.com GmbH darf hierfür nicht verwendet werden. Eine Zahlung auf ein anderes Konto hat grundsätzlich keine schuldbefreiende Wirkung, sofern Billie oder der Anbieter nicht ausdrücklich etwas anderes mitteilt.

(4) Bei Zahlungsverzug kann Billie gegenüber Geschäftskunden die gesetzliche Verzugs pauschale von 40 Euro sowie weitere gesetzlich zulässige Verzugsfolgen geltend machen.

21. Fälligkeit, Verzug und Sicherheiten

- (1) Soweit keine andere Zahlungsfrist ausgewiesen ist, sind Rechnungsbeträge sofort nach Erhalt ohne Abzug fällig. Die bei einer Zahlungsart oder auf der Rechnung angegebene Frist geht vor.
- (2) Bei Verzug gelten die gesetzlichen Verzugszinsen und sonstigen gesetzlichen Folgen. Der Anbieter kann weitere Leistungen bis zum Ausgleich fälliger Beträge zurückstellen und für künftige Leistungen Vorauszahlung verlangen.
- (3) Objektive begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit berechtigen den Anbieter, auch während eines laufenden Auftrags weitere Schaltungen von Vorauszahlung oder dem Ausgleich offener Forderungen abhängig zu machen.

22. Stornierung und vorzeitiger Kampagnenstopp

- (1) Stornierungen müssen in Textform erklärt werden. Maßgeblich ist der Zugang beim Anbieter.
- (2) Bei Zugang mindestens 14 Werktage (Montag bis Freitag) vor dem vereinbarten Schaltungsbeginn ist die Stornierung kostenfrei. Bei späterem Zugang vor Schaltungsbeginn kann der Anbieter 25 Prozent des Netto-Buchungswertes zuzüglich Umsatzsteuer als pauschalierten Schadensersatz verlangen. Dem Kunden bleibt der Nachweis vorbehalten, dass kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist; dem Anbieter bleibt der Nachweis eines höheren Schadens vorbehalten.
- (3) Nach Kampagnenbeginn kann die Auslieferung auf Wunsch gestoppt werden. Der Kunde bleibt zur Zahlung der vereinbarten Vergütung verpflichtet, abzüglich ersparter Aufwendungen und einer anderweitigen Verwertung der freigebliebenen Kapazität.
- (4) Muss eine Kampagne wegen verspäteter oder unzulässiger Materialien, fehlender Pflichtangaben oder sonstiger vom Kunden zu vertretender Umstände abgelehnt oder beendet werden, gelten die vorstehenden Regeln entsprechend.

23. Haftung

- (1) Der Anbieter haftet unbeschränkt bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit, arglistigem Verschweigen eines Mangels sowie bei Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit.
- (2) Bei leichter Fahrlässigkeit haftet der Anbieter nur bei Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht. In diesem Fall ist die Haftung auf den bei Vertragsschluss vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt.
- (3) Die Haftung für Datenverlust ist auf den typischen Wiederherstellungsaufwand begrenzt, der bei regelmäßiger und gefahrensprechender Datensicherung entstanden wäre.
- (4) Die vorstehenden Beschränkungen gelten auch zugunsten gesetzlicher Vertreter, Beschäftigter und Erfüllungsgehilfen. Zwingende gesetzliche Haftung bleibt unberührt.

24. Datenschutz und Vertraulichkeit

- (1) Personenbezogene Daten werden nach den geltenden Datenschutzbestimmungen und der jeweils verlinkten Datenschutzerklärung verarbeitet. Für die Vertrags- und Zahlungsabwicklung erforderliche Daten können insbesondere an Mollie, PayPal, Billie, beteiligte Finanzinstitute und Lexware Office übermittelt werden. Soweit der Kunde einen Affiliate-Code verwendet, können buchungsbezogene Mitteilungen nach Ziffer 4 Absatz 3 auch an den betreffenden Affiliate übermittelt werden.
- (2) Übermittelt der Kunde personenbezogene Daten Dritter, gewährleistet er, dass er hierzu berechtigt ist und die betroffenen Personen ordnungsgemäß informiert wurden.
- (3) Nicht öffentlich bekannte kaufmännische, technische und kampagnenbezogene Informationen der jeweils anderen Partei sind vertraulich zu behandeln, soweit sie erkennbar vertraulich sind oder ihrer Natur nach vertraulich sein müssen. Gesetzliche Offenlegungspflichten bleiben unberührt.

25. Mitteilungen, Änderungen und Übertragung

- (1) Der Kunde muss seine geschäftlichen Kontakt- und Rechnungsdaten aktuell halten. Mitteilungen an die zuletzt angegebene E-Mail-Adresse gelten als zugegangen, wenn nicht eine Unzustellbarkeitsmeldung eingeht.
- (2) Änderungen dieser AGB gelten nur für künftige Aufträge, sofern sie nicht ausdrücklich vereinbart werden. Für einen Auftrag gilt die bei Vertragsschluss einbezogene und dokumentierte Fassung.
- (3) Der Anbieter darf Forderungen aus dem Werbeauftrag an Zahlungsdienstleister oder Finanzierungsunternehmen abtreten. Eine Übertragung des gesamten Vertrags auf ein verbundenes Unternehmen bedarf der rechtzeitigen Mitteilung und darf berechnigte Interessen des Kunden nicht unzumutbar beeinträchtigen.

26. Erfüllungsort, Gerichtsstand und anwendbares Recht

- (1) Erfüllungsort ist Osnabrück.
- (2) Ist der Kunde Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist ausschließlicher Gerichtsstand für Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit dem Vertrag Osnabrück. Gesetzlich zwingende Gerichtsstände bleiben unberührt.
- (3) Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

27. Schlussbestimmung

Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. An die Stelle der unwirksamen Regelung treten die gesetzlichen Vorschriften.

Stand: 30. August 2026