

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

1. Geltungsbereich

1.1 Nachfolgende Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen (nachfolgend als „AGB“ bezeichnet) des Verlages gelten gegenüber Unternehmern, Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen für alle Anzeigenaufträge und Abschlüsse ausschließlich.

1.2 Die AGB des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Gültigkeit ausdrücklich zu.

1.3 Die AGB des Verlages gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichender Bedingungen des Auftraggebers den Anzeigenauftrag bzw. den Abschluss vorbehaltlos ausführt.

1.4 Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit auf <http://marktplatz.zeit.de/mediadaten/download/AGB-ZEIT.pdf> abrufen, ausdrucken, herunterladen bzw. speichern.

2. Anzeigenauftrag und Abschluss

2.1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die terminierte Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel wie z. B. Beilagen (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines „Werbungtreibenden“ oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2.2 „Abschluss“ im Sinne der AGB ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen erst aufgrund der Freigabe des Auftraggebers erfolgen.

3. Anzeigenabruf

Anzeigen sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss zur Veröffentlichung abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses dem Auftraggeber das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Abschluss innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

4. Erstattung von Nachlässen und Rabatten

Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Veröffentlichung von Anzeigen entsprechenden Nachlass bzw. dem Rabatt dem Verlag zu erstatten.

5. Errechnung der Abnahmemengen/Größenberechnung

5.1 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

5.2 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

6. Ablieferung beim Verlag

6.1 Anzeigen, die gemäß dem Anzeigenauftrag oder dem Abruf nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wann die Veröffentlichung auf diese Weise auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6.2 Bestimmte Platz- und Datenvorschriften sind nur bindend, wenn sie vom Verlag bestätigt wurden. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden. Im Übrigen unterliegen alle Anzeigen dem Schieberecht, das heißt Erscheinungstermine können in den Grenzen dieser AGB vom Verlag einseitig verschoben werden.

6.3 Macht der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich von der Aufnahme der Anzeige in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift abhängig, so beschränken sich die Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag auf Rückgängigmachung des Vertrages, Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige. Für Beilagenaufträge gilt die Regelung sinngemäß.

6.4 Der Verlag behält sich das Recht vor, bei Abnahme von vier Seiten und mehr in einer Ausgabe, für Sonderaufträge ab 100.000 mm und für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.

7. Textteilanzeigen, Anzeigen mit Coupon und Advertorials

7.1 Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Ihrer Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

7.2 Der Verlag behält sich vor, in Ausnahmefällen Anzeigen mit Coupon auch Rücken an Rücken zu platzieren, sofern eine andere Form der Veröffentlichung für den Verlag nicht zumutbar ist.

7.3 Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Druckschrift (in Typo, Grafik, Farbe, Spalten) unterscheiden. Sie enthalten Text und Werbung Dritter und sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Verlag ohne Rücksprache mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Musters sowie das Recht vor, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist ein Advertorial mindestens fünf Tage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

8. Ablehnung der Veröffentlichung

8.1 Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer entsprechenden Prüfpflicht vor, den Abruf bzw. die Veröffentlichung von Anzeigen abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag insbesondere wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen und sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages unzumutbar ist, die Anzeige Werbung von Dritten oder solche für Dritte enthält oder sich die Anzeige in Bild, Text oder Aufmachung auf die Zeitschrift bezieht. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend.

8.2 Die Ablehnung des Abrufes bzw. der Veröffentlichung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Verbundwerbung

Anzeigen, die Werbung von Dritten oder solche für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung des Verbundaufschlages.

10. Druckvorlagen und Proofs

10.1 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter – gegebenenfalls digitaler – Druckvorlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Sie müssen dem Format bzw. den technischen Vorgaben des Verlages entsprechen.

10.2 Proofs werden vom Verlag nur auf ausdrücklichen und schriftlichen Wunsch des Auftraggebers geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Proofs. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung der Proofs an den Auftraggeber gesetzten Frist mitgeteilt werden. Verletzt der Auftraggeber seine Mitwirkungspflicht, insbesondere dadurch, dass er Druckvorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig, mit falscher Kennzeichnung und/oder mangelhaft liefert und kann ein Auftrag deshalb nicht oder nicht korrekt durchgeführt werden, hat der Verlag dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

10.3 Die Kosten des Verlages für auf Wunsch des Auftraggebers vom Verlag erstellte Druckvorlagen oder für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der vom Auftraggeber gelieferten Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

10.4 Druckvorlagen des Verlages werden nur im Falle eines ausdrücklichen schriftlichen Hinweises bei der Lieferung an den Verlag an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht des Verlages zur Aufbewahrung der Druckvorlagen endet in jedem Fall sechs Wochen nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

11. Veröffentlichungen in digitalen Ausgaben

Ein Anspruch des Auftraggebers auf Veröffentlichung der Anzeige in digitalen Ausgaben (z.B. ePaper, Apps, Website) der Printpublikation besteht nur, wenn der Auftraggeber eine zusätzliche Veröffentlichung in der jeweiligen digitalen Ausgabe gebucht hat. Wenn der Auftraggeber nur eine Veröffentlichung in der Printpublikation beauftragt hat, hat der Verlag das Recht, die Anzeige innerhalb des Zeitraumes, in dem die Printanzeige veröffentlicht wird, in einer dem jeweiligen technischen Standard entsprechenden Weise zusätzlich in digitalen Ausgaben zu veröffentlichen. Für die Veröffentlichung in digitalen Ausgaben ist der Verlag berechtigt, die für die Printausgaben vorliegenden Druckvorlagen an die jeweiligen Erfordernisse der digitalen Ausgabe anzupassen. Die Darstellung kann dabei vom Druckergebnis in der Printausgabe abweichen.

12. Rechte wegen Mängeln

12.1 Der Auftraggeber hat die Anzeige unverzüglich nach ihrer Veröffentlichung auf etwaige Mängel hin zu überprüfen und, wenn sich ein offensichtlicher Mangel zeigt, diesen dem Verlag binnen einer Frist von einer Woche ab Veröffentlichung schriftlich anzuzeigen. Nicht offensichtliche Mängel hat der Auftraggeber binnen einem Jahr ab Veröffentlichung der Anzeige anzuzeigen. Versäumt der Auftraggeber die vorgenannten Ausschlussfristen, gilt die Anzeige als genehmigt mit der Folge, dass der Auftraggeber seine Mängelrechte nach Ziffer 12.2. und 12.4. verliert.

12.2 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, hat der Auftraggeber Anspruch auf Minderung der vereinbarten Vergütung oder die Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

12.3 Der Verlag hat das Recht, die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige zu verweigern, wenn dies einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhaltes des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder dies für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist.

12.4 Lässt der Verlag eine ihm für die Veröffentlichung der Ersatzanzeige gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert der Verlag die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige oder ist die veröffentlichte Ersatzanzeige erneut mangelhaft, kann der Auftraggeber die Vergütung mindern oder vom Vertrag zurücktreten und Ersatz wegen vergeblicher Aufwendungen oder Schadensersatz anstatt Leistung verlangen. Die Rechte des Auftraggebers zum Rücktritt vom Vertrag und auf Schadensersatz anstatt der Leistung sind ausgeschlossen, wenn der Mangel nur unerheblich ist.

12.5 Die Ansprüche des Auftraggebers wegen Mängeln verjähren ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

12.6 Aus technischen Gründen ist es nicht immer möglich, die Online-Anzeige, die auf den Portalen academics.de, academics.com und zeit.de/jobs veröffentlicht wird, im gleichen Erscheinungsbild zu veröffentlichen wie die gedruckte Anzeige in der ZEIT. Sofern die Online-Version der Anzeige in ihrer Gestaltung deshalb von der Print-Version der Anzeige abweicht, liegt gleichwohl eine ordnungsmäßige Erfüllung vor und academics übernimmt keine Haftung wegen solcher Abweichungen.

13. Haftung

13.1 Der Verlag haftet unbeschränkt für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

13.2 Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag – außer im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – nur, sofern nicht Pflichten verletzt werden, deren Erfüllung dem Vertrag das Gepräge gibt und auf die der Kunde vertrauen darf. Die Haftung Verlages ist in diesen Fällen begrenzt auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden.

13.3 Der Verlag haftet nach Ziffer 13.2. höchstens bis zu einem Betrag in Höhe des Gesamtvolumens des Anzeigenauftrages.

13.4 Eine Haftung für mittelbare und unvorhersehbare Schäden, entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen und Vermögensschäden wegen Ansprüchen Dritter ist im Falle einfacher Fahrlässigkeit – außer bei Vorliegen der Haftungsvoraussetzungen nach Ziffer 13.2. – ausgeschlossen.

13.5 Die Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse nach Ziffern 13.2. und 13.4. gelten nicht für eine gesetzlich vorgeschriebene verschuldensunabhängige Haftung oder für die Haftung aus einer verschuldensunabhängigen Garantie.

13.6 Die Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse nach Ziffern 13.2. und 13.4. gelten auch für persönliche Haftung der Arbeitnehmer, Angestellten, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen des Verlages.

14. Preise und Zahlungsbedingungen

14.1 Preise, Aufschläge und Nachlässe bzw. Rabatte ergeben sich für alle Auftraggeber einheitlich aus der im Zeitpunkt des Anzeigenauftrages bzw. des Abrufes gültigen Preisliste des Verlages.

14.2 Liegt zwischen dem Zeitpunkt des Anzeigenauftrages bzw. dem Zeitpunkt des Abrufes und der Veröffentlichung der Anzeige ein Zeitraum von mehr als vier Monaten und erhöhen sich während dieser Zeit aufseiten des Verlages die Kostenfaktoren für die Veröffentlichung der Anzeige (insbesondere infolge von Tarifabschlüssen, Lohnerhöhungen oder Materialpreisanhebungen), sodass der Verlag gezwungen ist, seine Preisliste entsprechend anzupassen, ist der Verlag berechtigt, die hieraus resultierenden erhöhten Preise gegenüber dem Auftraggeber geltend zu machen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

14.3 Der Verlag versendet die Rechnungen am Veröffentlichungstag der Anzeige. Die Rechnungen des Verlages werden innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen und vom Empfang der Rechnung an zu laufenden Frist zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

14.4 Der Verlag gewährt die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe bzw. Rabatte für alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden. Rabatte werden nicht für Unternehmer gewährt, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge bzw. Abschlüsse zu tätigen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

14.5 Im Falle eines Verzuges des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses bis zur vollständigen Bezahlung der Außenstände zurückzustellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung zu verlangen. Die sich für den Fall des Verzuges des Auftraggebers aus dem Gesetz ergebenden Ansprüche des Verlages bleiben unberührt.

14.6 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses von der teilweisen oder vollständigen Vorauszahlung aller dem Verlag nach dem Anzeigenauftrag zustehenden Beträge abhängig zu machen.

14.7 Zu Beginn einer neuen Geschäftsbeziehung behält sich der Verlag vor, vom Auftraggeber Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

14.8 Die Aufrechnung mit Gegenansprüchen des Auftraggebers oder die Zurückbehaltung von Zahlungen wegen solcher Ansprüche ist nur zulässig, soweit die Gegenansprüche unbestritten oder rechtskräftig festgestellt sind.

15. Anzeigenbeleg

Der Verlag liefert auf ausdrücklichen schriftlichen Wunsch des Auftraggebers mit Veröffentlichung der Anzeige einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegstellen oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Werbemittler und Werbeagenturen

Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

17. Konzernrabattierung

17.1 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 % besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte eines Abschlusszeitraumes, ansonsten spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden.

17.2 Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

18. Ziffernanzeigen

Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.

Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 1.000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/ Kosten übernimmt.

19. Rechtsgarantie und Rechtseinräumung

19.1 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses von allen Ansprüchen Dritter frei, die von diesen gegen den Verlag im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeigen geltend gemacht werden. Der Auftraggeber stellt den Verlag diesbezüglich zudem von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

Schließlich ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen und über Unterlassungserklärungen oder einstweilige Verfügungen im Hinblick auf Rechte Dritter unverzüglich schriftlich zu informieren.

19.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbeanzeigen in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, Bearbeitung und Umgestaltung, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen räumlich unbegrenzt übertragen.

20. Höhere Gewalt

20.1 Fälle höherer Gewalt berechtigen den Verlag, die Veröffentlichung der Anzeigen so lange hinauszuschieben, wie das Ereignis andauert. Wird dem Verlag die Veröffentlichung infolge höherer Gewalt – mindestens aber für einen Zeitraum von sechs Monaten – unmöglich, wird der Verlag von der Veröffentlichungspflicht frei.

Unter den Begriff der höheren Gewalt fallen alle Umstände, welche der Verlag nicht zu vertreten hat und durch die dem Verlag die Veröffentlichung unmöglich gemacht oder unzumutbar erschwert wird, wie z. B. bei Streik, rechtmäßiger Aussperrung, (Bürger-) Krieg, Terrorakten, Unruhen, Naturkatastrophen, Ein- und Ausfuhrverboten, Energie- und Rohstoffmangel und vom Verlag nicht zu vertretender, nicht rechtzeitiger Selbstbelieferung. Wird der Verlag von der Veröffentlichungspflicht frei, ist der Auftraggeber berechtigt, vom Anzeigenauftrag bzw. dem Abschluss zurückzutreten.

20.2 Beeinträchtigen Fälle der höheren Gewalt lediglich die Auflagenhöhe des Verlagsobjektes, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

21. Anzeigen aus dem Ausland

Bei Anzeigen (Beilagen) aus dem Ausland erfolgt die Rechnungstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Verlag behält sich eine Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige (Beilage) bejaht.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

22. Erfüllungsort und Gerichtsstand

22.1 Der Anzeigenauftrag und Abschluss sowie die vorliegenden AGB unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

22.2 Ausschließlicher Erfüllungsort für alle Pflichten des Auftraggebers ist der Sitz des Verlages.

22.3 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen Sondervermögen ist als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

22.4 Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

22.5 Änderungen und Ergänzungen der AGB sowie Nebenabreden bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für eine Abbedingung dieser Schriftformklausel.

22.6 Sollte eine der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung werden die Parteien eine wirksame Bestimmung treffen, die den AGB im Ganzen sowie den vertraglichen Absprachen in tatsächlicher, rechtlicher und wirtschaftlicher Hinsicht möglichst nahe kommt. Ebenso ist zu verfahren, wenn die AGB eine Lücke aufweisen sollte.

23. Streitbeilegungsverfahren und Verbraucherschlichtungsstellen

Wir weisen darauf hin, dass wir uns gegen eine Teilnahme an Streitbeilegungsverfahren vor Verbraucherschlichtungsstellen entschieden haben.

Stand: 18.01.2018

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

1. Vertragsgegenstand / Begriffsbestimmungen

1.1 "Werbeauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in den von ZEIT MEDIA vermarkteten Informations- und Kommunikationsdiensten (nachfolgend gemeinsam "Werbefläche" genannt), zum Zwecke der Verbreitung. ZEIT MEDIA schließt die Werbeaufträge, sofern sich aus den besonderen Vertragsbedingungen nichts Gegenteiliges ergibt, im eigenen Namen und auf eigene Rechnung ab.

1.2 "Werbekunde" ist diejenige Person oder das Unternehmen, für die ZEIT MEDIA Werbemittel platzieren soll. Werbekunde kann entweder der Werbetreibende selbst (der eigene Waren oder Dienstleistungen bewirbt) oder eine Agentur sein, die im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und Dienstleistungen wirbt.

1.3 Ein "Werbemittel" im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind die Werbematerialien, die der Werbekunde ZEIT MEDIA zur Platzierung auf den Werbepätzen zur Verfügung stellt. Diese können zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner), aus einer sensitiven Fläche, die beim Anklicken die Verbindung mittels einer vom Werbekunden genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Werbekunden liegen (z.B. Link).

1.4 Der Werbekunde kauft bei Kontaktbuchungen (auf CPM/CPx-Basis) eine Ad Impression für min. 20 Sekunden auf einer entsprechenden Platzierung. ZEIT MEDIA hat das Recht nach 20 Sekunden einen Refresh auf der entsprechenden Platzierung vorzunehmen und ein neues Werbemittel zu laden.

2. Vertragsschluss

2.1 Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag durch die Auftragsbestätigung (schriftlich, per Email oder per Telefax) zustande. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen können nicht als Wille zum Abschluss einer Vereinbarung gedeutet werden.

2.2 Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbetreibender Werbekunde werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. ZEIT MEDIA ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

2.3 Die AGB von ZEIT MEDIA für Werbeaufträge können sich ändern. Deswegen gelten die AGB immer nur für den jeweiligen Werbeauftrag in der zum Zeitpunkt des Abschlusses des Werbeauftrags geltenden Fassung.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

2.4 Der Werbekunde hat ZEIT MEDIA jede Änderung seiner Firma, Ansprechpartner, Anschrift oder von sonstigen Kontaktinformationen (Tel., Fax, E-Mail etc.) umgehend, spätestens binnen 5 Werktagen per Brief, Fax oder per Email anzuzeigen.

2.5 Der Werbekunde ist nicht berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbeauftrag gegenüber ZEIT MEDIA (d.h. die gebuchten Werbeflächen) auf Dritte entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen, sofern nicht die ausdrückliche schriftliche Zustimmung von ZEIT MEDIA vorliegt.

2.6 ZEIT MEDIA ist berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbeauftrag abzutreten.

2.7 Für den Werbeauftrag sowie für sämtliche Leistungen, Angebote und Verträge zwischen ZEIT MEDIA und dem Werbekunden gelten neben der Auftragsbestätigung ausschließlich die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste von ZEIT MEDIA, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Werbekunden ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn ZEIT MEDIA solche anderen Vertragsbedingungen zur Kenntnis gebracht wurden. Gegenbestätigungen des Werbekunden unter Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen wird hiermit widersprochen.

3. Werbeschaltung

3.1 ZEIT MEDIA wird das vom Werbekunden zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Werbefläche für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten Ad Impressions (Aufrufe der Werbung) auf der vertraglich festgelegten Werbefläche platzieren.

3.2 Maßgeblich zur Bemessung der Ad Impressions und der Ad Clicks sind die von ZEIT MEDIA über ihren Ad Server ermittelten Daten. Als Ad Impression gilt jede Antwort durch den Ad Server von ZEIT MEDIA als Reaktion auf die Anfrage des Browsers eines Nutzers, bereinigt um die durch automatisierte Prozesse wie z.B. Suchmaschinenscans erzeugten Impressions. Bei Ad Requests, bei denen kein Nutzer-Consent nach aktuellem TCF-Standard vorliegt, können Ads ausgeliefert werden, die nicht in den Bereich des Personenbezugs fallen (Plain Ads). ZEIT MEDIA wird den Werbekunden über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten Ad Impressions und/oder Ad Clicks in einem durch ZEIT Media vorgegebenen Format berichten. Maßgeblich sind die von ZEIT Media über ihre Ad-Server ermittelten Daten. Sollten andere Messmethoden gewünscht werden, ist dies vor Anzeigenschaltung zu vereinbaren. Die daraufhin von ZEIT Media gelieferten Messergebnisse sind maßgeblich. Die entstehenden Kosten der Messung werden in diesem Fall dem Werbekunden weiterbelastet. Eine unangemeldete Messung des Werbekunden ist unzulässig.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

3.3 Sollten die vertraglich vereinbarten Ad Impressions oder Ad Clicks schon vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit erreicht werden, werden sich die Parteien über eine Erhöhung der vereinbarten Vergütung oder eine vorzeitige Beendigung der Laufzeit einigen.

3.4 Der Werbekunde hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbefläche an einer bestimmten Position der jeweiligen Werbefläche sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Werbefläche. Eine Umplatzierung der Werbefläche innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Werbefläche ausgeübt wird. Die buchbaren Werbeformen und Platzierungen beinhalten keine Garantie auf eine Darstellung im unmittelbar sichtbaren Bereich (first screen). Die in der Preisliste genannten TKPs beziehen sich auf Auslieferungen sowohl im sichtbaren als auch im nicht sichtbaren Bereich. Abweichende Vereinbarungen sind möglich. Sofern ZEIT Media eine Darstellung im sichtbaren Bereich garantiert, ist der Kunde zur Zahlung eines Aufschlags verpflichtet.

3.5 Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbung nach erstmaliger Schaltung zu prüfen, soweit dies mit zumutbarem Aufwand möglich ist.

3.6 Soweit die Werbemittel nicht offensichtlich als Werbung erkennbar sind, ist ZEIT MEDIA berechtigt, aber nicht verpflichtet, sie als solche kenntlich zu machen oder zu verlangen, dass der Werbekunde eine entsprechende Kennzeichnung vornimmt. Hierzu zählt insbesondere die Möglichkeit, die Werbemittel mit dem Wort "Anzeige" zu kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich abzusetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so hat der Abruf innerhalb eines Jahres seit Vertragsschluss zu erfolgen. Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausgeübt, verfällt der Anspruch nach Ablauf des Jahres ersatzlos. Die Pflicht zur Zahlung der entsprechenden Vergütung bleibt hiervon unberührt.

5. Nachlasserstattung

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die ZEIT MEDIA nicht zu vertreten hat, so hat der Werbekunde, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass ZEIT MEDIA zu erstatten.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

6. Datenanlieferung / Einbindungsnachweis

6.1 Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbemittel bei Standardwerbeformen bis spätestens drei Werktage, bei Sonderwerbeformen und RichMedia-Formaten bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in vollständiger, einwandfreier und in zur Schaltung geeigneter Form anzuliefern.

6.2 Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterbliebener Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen. Im Falle der Einbindung von Werbeschaltungen auf Basis von Ad Impressions kann ZEIT MEDIA die bereits gelieferte Menge an Ad Impressions durch Einbindung eines 1x1-Pixels nachweisen.

6.3 ZEIT MEDIA ist berechtigt, die Werbemittel zeitlich unbegrenzt zu archivieren. Eine Verpflichtung, eine Archivierung vorzunehmen oder die Werbemittel an den Werbekunden zurückzuliefern, besteht jedoch nicht.

6.4 Kosten der ZEIT MEDIA für vom Werbekunden gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Werbekunde zu tragen.

7. Ablehnungsbefugnis

7.1 ZEIT MEDIA behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - aus wichtigem Grund wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen bzw. ohne Vorankündigung für die weitere Verbreitung zu sperren. Ein wichtiger Grund besteht insbesondere, wenn konkrete Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass das Werbemittel oder die Seite, auf die das Werbemittel verlinkt, gegen die in Ziffer 8 genannten Garantien verstoßen oder die Veröffentlichung für ZEIT MEDIA unzumutbar ist.

7.2 ZEIT MEDIA kann ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Werbekunde nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

7.3 ZEIT MEDIA wird Werbekunden über eine Ablehnung oder Sperrung sowie die Gründe hierfür informieren. Dem Werbekunden steht es frei, ZEIT Media ein neues bzw. geändertes Werbemittel zur Verfügung zu stellen, welches dem in Abs. 1 und Ziffer 8 genannten Anforderungen entspricht, bzw. den rechtmäßigen Zustand der verlinkten Zielseite herzustellen. Hierdurch auftretende Verzögerungen gehen zu Lasten des Werbekunden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

8. Rechtsgewährleistung

8.1 Der Werbekunde garantiert, dass die Verwendung von Cookies und ähnlichen Technologien, die Daten auf dem Gerät des Users speichern und/oder auslesen sowie die weitere Verarbeitung personenbezogener Daten den Vorschriften der jeweils anwendbaren Datenschutzgesetze, insbesondere des Telemediengesetzes, der EU-Datenschutzgrundverordnung und der ePrivacy-Richtlinie entsprechen. Der Werbekunde garantiert, dass ausschließlich die Dienstleister (Vendoren) in den von der ZEIT MEDIA vermarkteten Werbeflächen eingesetzt werden, die auf unserer ZEIT MEDIA-Vendoren-Liste (abrufbar [hier](#)) gelistet und damit zugelassen sind. Zwingende Voraussetzung ist zudem eine Zertifizierung der jeweiligen Dienstleister (Vendoren) im aktuellen IAB TCF (Transparency and Consent Framework) Standard (derzeit TCF v. 2).

Der Werbekunde garantiert, dass alle von ihm eingesetzten Dienstleister (Vendoren)

- keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) verletzen und/oder
- nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere wettbewerbsrechtliche, telemedienrechtliche, datenschutzrechtliche und Verbraucherschutzrechtliche) Bestimmungen verstoßen

- und/oder nicht staatsgefährdender, rassistischer, Gewalt verherrlichender, pornografischer oder jugendgefährdender Natur sind und/oder keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links, Programme oder Verfahren, die das Netzwerk von ZEIT MEDIA (einschließlich sämtlicher eingesetzter Hard- und Software) oder einzelne Betreiber oder Internetnutzer schädigen können, beinhalten oder deren Verbreitung ermöglichen
- und/oder alle erforderlichen Einwilligungen zur Vervielfältigung/Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachen oder anderen Verwertungsformen (ggf. auch seitens Verwertungsgesellschaften) haben.

8.2 Der Werbekunde überträgt ZEIT MEDIA die für die Durchführung des Werbeauftrages erforderlichen zeitlich, örtlich und inhaltlich beschränkte Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige sui generis Schutzrechte. Darüber hinaus sind ZEIT MEDIA sowie der jeweilige Werbeflächenbetreiber berechtigt, die vorgenannten Rechte zum Zwecke der Eigenwerbung (z.B. Pressemitteilungen und Präsentationen) auch vor und nach Ausführung des Werbeauftrags auszuüben.

8.3 Der Werbekunde (sowie ggf. die Werbeagentur) stellt ZEIT MEDIA sowie den jeweiligen Werbeflächenbetreiber auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter, einschließlich Verwertungsgesellschaften frei, die wegen der ZEIT MEDIA überlassenen und veröffentlichten Werbemittel geltend gemacht werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

Das gilt insbesondere in Bezug auf die in Abs. 1 abgegebenen Garantien und mögliche Schäden, Kosten und Aufwendungen (einschließlich etwaiger Tarifgebühren von Verwertungsgesellschaften und Aufwendungen aufgrund datenschutzrechtlicher Auflagen), die ZEIT MEDIA sowie den jeweiligen Werbeflächenbetreibern im Rahmen der Erfüllung der Werbeaufträge nach diesem Vertrag entstehen. Ferner stellt der Werbekunde ZEIT MEDIA sowie die jeweiligen Werbeflächenbetreiber von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung einschließlich Gerichts- und Anwaltskosten in gesetzlicher Höhe frei. Der Werbekunde ist verpflichtet, ZEIT MEDIA für den Fall einer Inanspruchnahme durch Dritte unverzüglich, wahrheitsgemäß und vollständig nach Treu und Glauben sämtliche ihm zur Verfügung stehende Informationen mitzuteilen und Unterlagen vorzulegen, die für eine Prüfung der Ansprüche erforderlich sind.

9. Gewährleistung der ZEIT MEDIA

9.1 ZEIT MEDIA gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Werbekunden ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, eine 100%ige Erreichbarkeit der Werbefläche zu gewährleisten. Insbesondere sind dem Werbekunden die folgenden möglichen Ausfallzeiten bekannt:

- Planmäßige Wartungsarbeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche,
- Außerplanmäßige Wartungszeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche,
- Zeiten, in denen die von ZEIT MEDIA vermarkteten Werbeflächen aufgrund technischer oder sonstiger Probleme, die nicht im Einflussbereich von ZEIT MEDIA liegen, vom Netz genommen werden müssen, bis ein reibungsloser Betrieb wieder gewährleistet werden kann, z.B. wegen Hackangriffen, höherer Gewalt, Streiks, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern, Netzbetreibern oder Leistungsbetreibern, von deren Leistung der Betrieb von ZEIT MEDIA abhängt),
- Ausfallzeiten oder Störungszeiten des AdServers von bis zu 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung.

9.2 Ebenso ist dem Werbekunden bekannt, dass Fehler in der Darstellung des Werbemittels nicht vorliegen, wenn

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungs-Software und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern)
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

9.3 Bei einem Ausfall des Ad-Servers über den vorgenannten Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Werbekunden für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

9.4 Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Werbekunde Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt ZEIT MEDIA eine ihr hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Werbekunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

9.5 Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Werbekunde bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Werbekunde nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

10. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen, die ZEIT MEDIA nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsbetreibern

oder aus vergleichbaren Gründen aus, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch von ZEIT MEDIA bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Werbekunde hierüber informiert.

11. Haftung

ZEIT MEDIA haftet - gleich aus welchem Rechtsgrund – nur

- a. bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit;
- b. bei einer schuldhaften Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (wobei der Begriff der wesentlichen Vertragspflicht abstrakt eine solche Pflicht bezeichnet, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die jeweils andere Partei regelmäßig vertrauen darf);
- c. für Verzug;
- d. Soweit in den unter a. – c. vorgenannten Fällen kein vorsätzliches Handeln vorliegt, ist die Haftung für Vermögens- und Sachschäden auf die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt. Eine Haftung für entgangenen Gewinn ist ausgeschlossen;
- e. Die unter a) bis d) vorgenannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht, sofern und soweit eine zwingende gesetzliche Haftung besteht, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz, bei Übernahme einer Garantie sowie bei schuldhaften Verletzungen des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

12. Preisliste

12.1 Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Verbrauchern, wenn der von der Änderung betroffene Auftrag nicht Teil einer Rahmenvereinbarung ist und nicht später als vier Monate nach Vertragsschluss ausgeführt werden soll. Für von ZEIT MEDIA bestätigten Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von ZEIT MEDIA mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Werbekunden ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

12.2 Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preislisten von ZEIT MEDIA zu halten. Die von ZEIT MEDIA gewährte Abschlussprovision darf an die Auftraggeber der Werbeagenturen und sonstige Werbemittler weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

13. Zahlungsverzug

13.1 Die Rechnungsstellung erfolgt bei Werbeaufträgen mit einem Buchungszeitraum von einem oder zwei Erscheinungsmonaten nach Ende des Buchungszeitraums. Bei Werbeaufträgen mit einer Dauer von mehr als zwei Erscheinungsmonaten erfolgt eine monatliche abschlagsweise Rechnungsstellung anteilig für die bereits erbrachten Leistungen; die Schlussrechnung erfolgt nach Ende des Buchungszeitraumes. Auf Wunsch erfolgt die Rechnungsstellung auch vorab. Aus ökologischer Motivation und Gründen der Nachhaltigkeit erfolgt die Rechnungsstellung vollumfänglich im digitalen Belegversand. Die vereinbarten Zahlungsfristen sind mit Erhalt des Beleges gültig, ein zusätzlicher, postalischer Versand erfolgt nicht.

13.2 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen i.H.v. 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz bei Unternehmen und 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz bei Verbrauchern und Einziehungskosten berechnet. ZEIT MEDIA kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

13.3 Im Falle des Verzugs mit mehr als einer Verbindlichkeit sind die gesamten Forderungen gegen den Werbekunden sofort zur Zahlung fällig.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

13.4 Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Werbekunden, Sitz des Werbekunden im Ausland oder einem Erstauftrag durch den Werbekunden berechtigen ZEIT MEDIA, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen von Werbemitteln oder weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Stornierung von Aufträgen

14.1 Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per Email bei ZEIT MEDIA eingehen. Bei einer Stornierung bis spätestens 5 Werktage (bei Homepage- und Festplatzierungen 10 Tage) vor Schaltungsbeginn entstehen dem Werbekunden keine Kosten. Eingehende Stornierungen innerhalb von 5 bzw. 10 Werktagen vor Schaltungsbeginn werden grundsätzlich pauschal mit einer Aufwandsentschädigung von 50% des stornierten Auftragsvolumens berechnet. Bei Homepage- und Festplatzierungen, die innerhalb von 10 Werktagen vor Schaltungsbeginn storniert werden, und bei Stornierungen von Werbemitteln nach Beginn der Platzierung, beträgt die pauschale Aufwandsentschädigung 100% des stornierten Bruttoauftragsvolumens. Dem Werbekunden bleibt jeweils der Nachweis vorbehalten, dass kein oder kein geringerer Aufwand entstanden ist.

ZEIT MEDIA bleibt der Nachweis vorbehalten, dass ein höherer Schaden entstanden ist. Bei Teilstornierungen ist die vorstehende Regelung entsprechend anzuwenden.

14.2 ZEIT MEDIA wird sich dasjenige anrechnen lassen, was sie in Folge anderweitiger Buchungen erwerben konnte oder böswillig zu erwerben unterlassen hat.

15. Datenschutz / Vertragsstrafe bei unrechtmäßiger Nutzung

15.1 Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

15.2 ZEIT MEDIA ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Werbekunden auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research und/oder Unternehmen, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen, weiterzuleiten. Diese Daten werden seitens des/der Unternehmen aggregiert und in den Markt kommuniziert.

15.3 Sofern beim Werbekunden anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbar) Daten aus dem Zugriff auf die ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Werbekunde diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen auf den Werbeflächen der ZEIT MEDIA generiert worden sind.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

15.4 Darüber hinaus ist dem Werbekunden eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbeziehbar) aus dem Zugriff auf die von ihm für Werbeflächen von ZEIT MEDIA ausgelieferten Werbemittel untersagt. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf dem Onlineangebot von ZEIT MEDIA und deren weitere Nutzung.

15.5 Setzt der Werbekunde für die Schaltung von Werbemitteln auf den Werbeflächen von ZEIT MEDIA Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

15.6 Für jeden Verstoß gegen die Verpflichtung aus vorgenannten Absätzen (3) bis (5) zahlt der Werbekunde an ZEIT MEDIA eine Vertragsstrafe in Höhe des 10-fachen Preises des Auftrags, aus dem die unzulässige Datennutzung stammt. Etwaige weitergehende Schadensersatzansprüche bleiben unberührt.

16. Schlussbestimmungen

16.1 Erfüllungsort ist Hamburg.

16.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Hamburg.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt des Werbekunden, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und hat der Werbekunde nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Hamburg vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

16.3 Es gilt deutsches Recht. Die Anwendung des UN-Kaufrechts (United Nations Convention on Contracts for International Sale of Goods vom 11.04.1980 - CISG) ist ausgeschlossen.

16.4 Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt der Werbeauftrag im Übrigen wirksam. Das gleiche gilt, sofern diese AGB eine Regelungslücke enthalten. Anstelle der ganz oder teilweise unwirksamen oder fehlenden Regelung tritt das, was die Parteien bei verständiger Würdigung der ganz oder teilweisen Unwirksamkeit oder des Fehlens der Regelung vereinbart hätten, falls ihnen dieser Umstand bekannt gewesen wäre, in Kraft.

Stand: 21.09.2020