

# AGB DIGITAL

## Abwicklung Werbeaufträge

**Ziffer 1** „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Bedingungen ist der Vertrag über die Aufnahme einer oder mehrerer Werbemittel des Auftraggebers in Informationsdiensten des Verlags, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung auf elektronischem Wege durch den Verlag.

**Ziffer 2** Werbemittel sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen des ersten Werbemittels abzuwickeln, sofern das erste Werbemittel innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

**Ziffer 3** Der Insertionszeitraum bestimmt sich individuell nach der gebuchten Kontaktanzahl bzw. der gebuchten Kontaktanzahl und den Frequency Capping/Targeting-Einstellungen. Überschneidet sich der Insertionszeitraum eines Auftraggebers mit den Insertionszeiträumen von weiteren Auftraggebern, werden die Werbemittel in diesen Zeitabschnitten in Rotation ausgeliefert. Dies beeinflusst ebenfalls die Länge des Insertionszeitraums eines Auftraggebers.

**Ziffer 4** Platzierungsvorschriften sind nur bindend, wenn sie vom Verlag bestätigt wurden.

**Ziffer 5** Eine kostenfreie Stornierung eines Werbeauftrages ist bis zu 14 Tage vor dem vertraglich vereinbarten ersten Erscheinungstag möglich. Eine Stornierung ist durch den Auftraggeber schriftlich mitzuteilen und durch den Verlag schriftlich zu bestätigen. Mündliche Abreden entfalten keine Wirksamkeit. Maßgeblich für die Wahrung der Frist ist der Zugang der Stornierung durch den Auftraggeber beim Verlag. Eine Stornierung nach diesem Zeitpunkt berechtigt den Verlag dazu, Stornokosten entsprechend der nachfolgend aufgeführten Staffel in Rechnung zu stellen. Dem Auftraggeber bleibt es unbenommen, nachzuweisen, dass kein, oder ein geringerer Schaden entstanden ist.

Folgende Stornokosten fallen an:

10-13 Tage vor Schaltung	50 % des Auftragsvolumens
5-9 Tage vor Schaltung	80% des Auftragsvolumens
4-1 Tag vor Schaltung	100 % des Auftragsvolumens

Eine kostenfreie Verschiebung des vereinbarten ersten Erscheinungstages ist bis zu 14 Tage vor dem vertraglich vereinbarten ersten Erscheinungstages möglich. Eine Verschiebung des Erscheinungstermines ist durch den Auftraggeber schriftlich mitzuteilen und durch den Verlag schriftlich zu bestätigen. Mündliche Abreden entfalten keine Wirksamkeit. Maßgeblich für die Wahrung der Frist ist der Zugang des Verschiebungsbegehrens des Auftraggebers beim Verlag. Eine Verschiebung zu einem späteren Zeitpunkt kommt einer Stornierung gleich und berechtigt den Verlag dazu, Stornokosten entsprechend der für die Stornierung bereits dargestellte Staffel in Rechnung zu stellen. Eine Verschiebung zu einem späteren Zeitpunkt kommt einer Stornierung gleich und berechtigt den Verlag zur vollen Berechnung des vereinbarten Werbeauftrages. Dem Auftraggeber bleibt es unbenommen, nachzuweisen, dass keiner, oder ein geringerer Schaden entstanden ist.

Für Sonderwerbformen (E-Learnings, Wissenstest etc.) die eine textliche und/oder gestalterische Leistung des Verlages beinhalten, sind kostenfreie Stornierungen nur 4 Wochen vor Kampagnenstart möglich. Zum Stornozeitpunkt eventuell bereits vom Verlag geleistete Arbeiten werden vom Auftraggeber in Rechnung gestellt. Zusätzlich fällt in dem Fall eine nach den nachfolgenden Ausführungen gestaffelte Stornogebühr an:

2-3 Wochen vor Schaltung	50 % des Auftragsvolumens
1 Woche vor Schaltung	100 % des Auftragsvolumens

Für News Ads/Facebook-Posts gilt, dass die Freigabe bis 12.00 h einen Tag vor Schaltung vorliegen muss. Weitere Änderungen sind nach dem Termin nicht möglich

**Ziffer 6** Aufträge für Werbemittel, die ausdrücklich ausschließlich an bestimmten Plätzen der jeweiligen Website veröffentlicht werden sollen, müssen mindestens 10 Tage vor dem gewünschten ersten Erscheinungstag beim Verlag eingehen, so dass dem Auftraggeber rechtzeitig mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

**Ziffer 7** Ein Wettbewerbsausschluss wird nicht gewährleistet.

**Ziffer 8** Reklamationen müssen vom Auftraggeber unverzüglich dem Verlag gemeldet werden. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise eingeschränkter Verfügbarkeit des Werbemittels, die durch den Verlag zu vertreten ist, Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzschaltung, aber nur in dem Ausmaß, in dem das Werbemittel nicht verfügbar war.

Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Verfügbarkeit des Werbemittels erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

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

**Ziffer 9** Aufträge von Agenturen werden nur für namentlich genau bezeichnete Auftraggeber angenommen. Der Auftragnehmer ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen. Die Rechnungsstellung erfolgt an die Agentur. Der Agentur ist es ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung des Auftragnehmers nicht gestattet, für einen Werbetreibenden gebuchte Leistungen auf einen anderen Kunden oder auf Dritte zu übertragen.

**Ziffer 10** Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungstreibenden innerhalb eines Werbemittels (Verbundwerbung) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

### **Form und Inhalt von Werbemitteln**

**Ziffer 11** Die Websites und Informationsdienste des Verlags unterliegen dem Heilmittelwerbeengesetz: Werbemittel für rezeptpflichtige Arzneimittel können nur in für Fachgruppen exklusiven Bereichen platziert werden und sind entsprechend der heilmittelwerberechtlichen Vorgaben zu gestalten. Hierbei ist zwischen öffentlich einsehbaren Anzeigenteilen und denen, die dem Fachpublikum vorbehalten sind, zu unterscheiden. Der/die MediaberaterIn ist über die Verschreibungspflicht eines zu bewerbenden Arzneimittels zu informieren und gibt Hilfestellung, bei der Gestaltung der Anzeige.

**Ziffer 12** Der Verlag behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist, insbesondere wenn für Konkurrenzunternehmen des Verlags geworben wird. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vermarktungspartnern oder Vertretern aufgegeben werden. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber nach Prüfung des Werbeauftrags unverzüglich mitgeteilt.

**Ziffer 13** Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit seines Werbemittels verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbeauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt.

Der Auftraggeber hat zudem sicherzustellen, dass über seine Werbemittel nicht auf Daten oder andere Websites zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht und/oder gegen Rechte Dritter verstoßen und/oder sittlich anstößigen (insbesondere rassistischen, pornografischen, gewaltverherrlichenden, beleidigenden, obszönen) Inhalt aufweisen.

Der Verlag handelt im Rahmen seiner Sorgfaltspflicht und wird Werbemittel nicht ausliefern, die erkennbar gegen geltendes Recht verstoßen und/oder sittenwidrig sind.

**Ziffer 14** Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nach Einschätzung des Verlags nicht als solche erkennbar sind, werden nicht geschaltet. Der Auftraggeber wird in solch einem Fall baldmöglichst darüber informiert, dass ein neues bzw. neue Werbemittel benötigt werden.

### **Verfügbarkeit von Werbeträger und Werbemittel**

**Ziffer 15** Der Verlag gewährleistet für seine Websites und Informationsdienste während des vereinbarten Zeitraums die übliche Verfügbarkeit der durch die technischen Rahmenbedingungen gegebenen Möglichkeiten. Der Verlag ist von der Leistungspflicht in Fällen höherer Gewalt befreit. Als höhere Gewalt gelten alle unvorhergesehenen Ereignisse sowie solche Ereignisse, deren Auswirkungen auf die Vertragserfüllung von keiner Partei zu vertreten sind. Zu diesen Ereignissen zählen insbesondere rechtmäßige Arbeitsk Kampfmaßnahmen, auch in Drittbetrieben, behördliche Maßnahmen, Ausfall von Kommunikationsnetzen und Gateways anderer Betreiber, Störungen im Bereich von Leitungsgebern und sonstige technische Störungen auch wenn diese Umstände im Bereich von Unterauftragnehmern, Unterlieferanten oder deren Subunternehmern oder bei von dem Anbieter autorisierten Betreibern von Subknotenrechnern auftreten. Der Auftraggeber stellt den Anbieter diesbezüglich von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei. Für den Auftraggeber ergeben sich keine Schadensersatz- oder sonstige Ansprüche gegen den Verlag, sofern dieser die Ausfälle nicht zu verantworten hat.

**Ziffer 16** Der Auftraggeber ist verantwortlich für die Lieferung technisch geeigneter und einwandfreier Werbemittel. Diese müssen spätestens 10 Tage vor dem vertraglich vereinbarten ersten Erscheinungstag dem Verlag vorliegen.

**Ziffer 17** Werden die Dateien nicht termingerecht geliefert und/oder das Werbemittel nicht freigegeben, so ist vom Kunden die für das Werbemittel ursprünglich vertraglich vereinbarte Laufzeit bzw. das vereinbarte Volumen voll zu vergüten. Das nachgelieferte bzw. freigegebene Werbemittel erscheint, sobald es dem Verlag ermöglicht wird, dieses auszuliefern.

**Ziffer 18** Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online- Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

## **Zahlungsbedingungen**

**Ziffer 19** Es gelten die in den Online-Mediadaten genannten Zahlungsfristen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Die Rechnungsstellung für den Werbeauftrag erfolgt ab dem ersten Erscheinungstag.

**Ziffer 20** Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, eine Vorauszahlung zu verlangen. Zahlungsziel: 10 Tage vor dem vertraglich vereinbarten ersten Erscheinungstag.

**Ziffer 21** Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für zukünftige Werbeaufträge eine Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

## **Datenschutz**

**Ziffer 22** Der Verlag speichert die personenbezogenen Daten des Auftraggebers in maschinenlesbarer Form und verarbeitet diese im Rahmen der Zweckbestimmung des zum Auftraggeber bestehenden Vertragsverhältnisses gemäß der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Die Zweckbestimmung umfasst insbesondere die Auslieferung und Rechnungsstellung. Alle Daten werden vertraulich behandelt. Eine Weitergabe der Daten an Dritte erfolgt nicht.

## **Erfüllungsort/Gerichtsstand**

**Ziffer 23** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

## **Zusätzliche Bedingungen:**

- a) Die allgemeinen und eventuelle zusätzliche Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigungen, und die jeweils gültigen Mediadaten sind für jeden Auftrag maßgebend.
- b) Der Auftrag wird erst durch schriftliche Bestätigung des Verlages an den Auftraggeber rechtsverbindlich. Zusätzliche mündliche Vereinbarungen sind erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag gültig.