

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES QUALITY CHANNEL



Quality Channel (Quality Channel GmbH, Ericusspitze 1, 20457 Hamburg, im folgenden "QC") ist die Online-Vermarktungsorganisation der SPIEGEL-Gruppe. QC ist spezialisiert auf die Vermarktung von Online-Werbeflächen und Vermittlung von Internet-Werbung und e-Commerce-Geschäften sowie auf die Beratung von Werbungtreibenden und Werbeträgern. Neben der Vermarktung der Werbeflächen von zur SPIEGEL-Gruppe zu zählenden Unternehmen, übernimmt QC auch die Vermarktung von Werbeflächen in Online-Diensten anderer Unternehmen, sofern diese die inhaltlichen und redaktionellen Anforderungen von QC an Online-Dienste erfüllen.

1. Werbeauftrag

1.1. "Werbeauftrag" i.S.d. vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ("AGB" abgekürzt) ist ein Vertrag über die Schaltung eines oder mehrerer Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstiger Interessenten als Auftraggeber (im folgenden "AG" abgekürzt) in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung des Werbemittels durch QC. Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die nachfolgenden aufgezählten Listen, Tarife und Informationsübersichten von QC, die einen wesentlichen und integralen Vertragsbestandteil bilden:

- allgemeine Preisliste,
- spezielle Preisliste bzgl. Insertionen in spezifischen Newslettern sowie für PDA (Personal Digital Assistant),
- Targeting-Übersicht mit jeweiligen Kriterien und Preisen,
- Übersicht über Werbemittel und technische Details.

1.2. Die Gültigkeit etwaiger AGB des AGs - die QC vor oder nach Vertragsschluss vom AG übersandt oder sonst wie zur Verfügung gestellt werden oder auf die sich der AG bezieht, - ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen oder QC den anderen AGB nicht zugestimmt hat, ausdrücklich ausgeschlossen. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens QC nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. QC schließt, vorbehaltlich anderweitiger ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarungen, einen Vertrag mit dem AG grundsätzlich nur auf Grundlage seiner AGB.

1.3. QC ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern. QC wird seine Kunden rechtzeitig, d.h. mindestens 1 Monat vorher, über die Änderung unterrichten.

1.4. QC ist im Rahmen der Änderung der AGB insbesondere berechtigt:

- im Falle der Unwirksamkeit einer Bedingung diese mit Wirkung für bestehende Verträge zu ergänzen oder zu ersetzen,
- bei Änderung einer gesetzlichen Vorschrift oder höchstrichterlichen Rechtsprechung, wenn durch diese Änderung eine oder mehrere Bedingungen des Vertragsverhältnisses betroffen werden, die betroffenen Bedingungen so anzupassen, wie es dem Zweck der geänderten Rechtslage entspricht, sofern der Kunde durch die neue bzw. geänderte Bedingung nicht schlechter steht als nach der ursprünglichen Bedingung.

2. Werbemittel

2.1. Ein Werbemittel kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild oder Text, aus Tonfolgen und Bewegtbildern,
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom AG genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des AGs oder eines Dritten liegen.

2.2. Werbemittel, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

2.3. Für die Schaltung von Werbemitteln kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderformate und -werbformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch QC möglich.

3. Verfügbarkeitsanfrage

Ein Interessent hat die Möglichkeit, u.a. über ein "Verfügbarkeitsformular" eine Verfügbarkeitsanfrage zu stellen und per E-Mail an QC zu senden. Die Anfrage wie auch die Antwort von QC stellen grundsätzlich keinen Vertragsschluss dar, sondern dienen der Information des Interessenten.

4. Vertragsschluss und Buchungskonditionen

4.1. Ein Vertrag über Werbemittel kann geschlossen werden pro einzelner Werbemittel oder für eine Anzahl von Werbemitteln. Im Rahmen dieser Verträge können feste Termine für einzelne Schaltungen vereinbart werden, es ist aber auch möglich, die einzelnen Aufträge über einen Zeitraum auf Abruf abzuwickeln, vgl. dazu Ziff. 5.

4.2. Ein Vertragsschluss erfolgt i.d.R. unter folgenden Buchungskonditionen; Abweichungen können im Einzelfall mit QC schriftlich vereinbart werden:

- der Mindestbuchungsbetrag beträgt 4.000 € brutto pro Monat.
- Buchungsschluss ist 3 Werktage (Image-Ads) bzw. 5 Werktage (RichMedia-Ads, Wallpaper) bzw. 10 Werktage (bei Sonderwerbformen wie z. B. Subchannel-Buchungen) bis 14:00 Uhr vor Erscheinen des Werbemittels; zur Bereitstellung des Werbemittels vgl. Ziff. 10.

4.3. Die Abrechnung erfolgt ausschließlich auf Basis der durch den QC-Adserver ermittelten Werte.

4.4. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich nur zustande durch:

- das schriftliche Angebot zum Vertragsschluss durch den AG entweder durch Zusendung oder Faxen des ausgefüllten und unterzeichneten Auftragsformulars, eines eigenständig formulierten und unterzeichneten Auftragstextes oder durch E-Mail,
- und die Annahme des Auftrages von QC durch schriftliche Auftragsbestätigung, E-Mail oder durch die Online erfolgende Verbreitung der Werbung. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen sind rechtlich unverbindlich.

4.5. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, d.h. die Werbeagentur ist selbst Vertragspartner von QC nach diesen AGB. Aufträge von Werbeagenturen oder -mittlern werden nur für namentlich bezeichnete und identifizierbare Werbungtreibende angenommen. QC ist berechtigt, von der Werbeagentur den Mandatsnachweis im Original zu verlangen und auch sich den Status als Agentur nachweisen zu lassen.

4.6. Verträge über die Schaltung von Werbemitteln von Privatpersonen werden nicht abgeschlossen.

5. Abwicklungsfrist

Soweit ein Vertrag über eine Anzahl von Werbemitteln geschlossen wird, sind diese innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss zur Veröffentlichung abzurufen. Ist im Rahmen eines Vertrages das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der gesamte Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen des ersten Werbemittels abzuwickeln, sofern das erste Werbemittel innerhalb der in S. 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wurde. Wird die Einjahresfrist von S. 1 oder S. 2 nicht eingehalten, so ist der AG verpflichtet, QC den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten, vorbehaltlich weiterer Rechtspflichten, s. Ziff. 16.6.

6. Terminverschiebung

Die schriftliche Verschiebung eines vereinbarten Insertionszeitpunktes ist nur möglich bis fünf Werktage bis 14:00 Uhr vor dem zunächst vereinbarten Insertionstermin und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten. Für den neuen Insertionszeitpunkt gelten die jeweiligen aktuellen Konditionen und Preise, die im Internet veröffentlicht sind, vgl. Ziff. 15.

7. Auftragserweiterung

Im Rahmen von Verträgen über Werbemittel ist der AG berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziff. 5 genannten Frist und unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten, auch über die im jeweiligen Vertrag genannte Menge hinaus, weitere Werbemittel abzurufen. Die Auftragserweiterung hat ebenfalls schriftlich i.S.v. Ziff. 4. zu erfolgen. Eine mögliche Auftragserweiterung wird QC mit einer "Dispositionsbestätigung" bestätigen.

8. Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich bis spätestens zehn Werktage vor dem vereinbarten Erscheinen der Insertion. Die Stornierung bedarf der Schriftform und kann erfolgen durch Zusendung bzw. Faxen des ausgefüllten und unterzeichneten Stornierungsformulars oder eines eigenständig formulierten und unterzeichneten Stornierungstextes oder per E-Mail. Eine fernmündliche oder mündliche Stornierung ist nicht möglich.

9. Insertionszeitraum, Platzierungsangaben sowie Rotation

9.1. Der Insertionszeitraum bestimmt sich individuell nach den gebuchten Kontakten oder nach dem gebuchten Zeitraum und den gebuchten Kontakten.

9.2. Hat der AG keinen Platzierungswunsch für das Werbemittel auf der von ihm gebuchten Website geäußert, ist die schriftliche Bestätigung - oder die Online erfolgte Verbreitung des Werbemittels - mit dem im Auftrag angegebenen Umfang maßgeblich. Die Platzierung des Werbemittels wird vom AG und QC einvernehmlich vorgenommen. Ist dieses nicht herstellbar, entscheidet QC nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des AGs. Ein Anspruch auf eine Platzierung des Werbemittels in einer bestimmten Position auf der jeweiligen Internet-Seite besteht nicht.

9.3. Werden mehrere Werbemittel für eine Buchung geliefert, lässt QC diese standardmäßig rotieren, es sei denn der AG hat QC in einem Motivplan aufgegeben, wann welches Werbemittel zu schalten ist.

10. Bereitstellung des Werbemittels

10.1. Der AG ist verpflichtet zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motivpläne) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens 3 Werktage (Image-Ads) bzw. 5 Werktage (RichMedia-Ads, Wallpaper) bzw. 10 Werktage (bei Sonderwerbformen wie z. B. Subchannel-Buchungen) vor dem vereinbarten ersten Schaltungstermin bis 14:00 Uhr an QC per E-Mail an die Adresse: banner@spiegel.de.

10.2. Sind die Dateien auf dem Server des AGs oder eines Dritten abgespeichert, teilt der AG unter Berücksichtigung der zuvor genannten Bedingungen die URL des zu schaltenden Werbemittels mit.

10.3. Etwaige Abweichungen sind mit QC unverzüglich schriftlich abzustimmen. Das Vorstehende gilt sinngemäß auch für die vom AG genannten Online-Adressen, auf die das Werbemittel verweisen soll.

10.4. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert QC Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels, insbesondere nicht für das Erreichen der gebuchten PIs übernommen.

10.5. Will der AG nach Ablauf der vorstehenden Fristen Werbemittel austauschen oder verändern oder von einem evtl. bestehenden Motivplan abweichen, wird QC prüfen, ob diese Änderungen bzgl. des ursprünglich vereinbarten Insertionstermines noch vorgenommen werden können. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

10.6. Die Anzahl der gelieferten - oder durch Mitteilung der URL zur Verfügung gestellten - Werbemittel bzw. der Motivtauschfragen, muss zur gebuchten Medialeistung (PIs) in einem angemessenen Verhältnis unter Berücksichtigung der Branchenüblichkeit stehen; die Beurteilung der Verhältnismäßigkeit obliegt QC. QC wird den AG informieren, wenn und soweit eine Unverhältnismäßigkeit festzustellen ist.

10.7. QC übernimmt für das gelieferte Werbemittel sowie weiterer Materialien keine Verantwortung und ist nicht verpflichtet, diese an den AG zurückzuliefern. QC ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Werbemittel zeitlich unbegrenzt zu archivieren.

10.8. Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterbliebener Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel nicht durchgeführt werden kann und QC trotz angemessener Bemühungen keine Ersatzbuchung eines Dritten beibringen kann, ist der AG zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

11. Ablehnungsbefugnis, Zurückziehen sowie Unterbrechung der Werbemittelschaltung

11.1. QC behält sich vor, vom AG zum Zwecke der Werbeschaltung überlassene Werbemittel - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Vertragsabschlusses über mehrere Werbemittel - wegen des Inhalts, der Herkunft, ihrer Form, der technischen Qualität oder wegen der Website, auf die verlinkt wird, nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen und zurückzuweisen. Gleiches gilt, wenn die Werbemittel oder die Website, auf die verlinkt wird, gegen Gesetze und/oder behördliche Bestimmungen verstoßen oder deren Schaltung für QC oder die Unternehmen, deren Werbeflächen QC vermarktet, unzumutbar ist.

11.2. Die Zurückweisung wird dem AG mitgeteilt. Der AG ist in diesen Fällen berechtigt, QC eine geänderte Version des zu schaltenden Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, zu übermitteln. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem AG nach Nachweis durch QC in Rechnung gestellt werden, die Entscheidung darüber obliegt QC.

11.3. Geht dieser Ersatz bzw. die neue Adresse, nicht mehr rechtzeitig - d.h. nicht mehr innerhalb der in Ziff. 10.1. genannten Fristen - für die Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Insertionstermines bei QC ein, behält QC den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung auch dann, wenn die Schaltung des Werbemittels nicht erfolgt.

11.4. QC ist berechtigt, die Schaltung des Werbemittels vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der mit der Werbung verbundene Hyperlink verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet. Der AG wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. QC kann dem AG anbieten, das Werbemittel durch ein alternatives Werbemittel und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen unter Wahrung der Fristen gem. Ziff. 10.1.. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem AG nach Nachweis durch QC in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt QC. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

11.5. QC ist insbesondere berechtigt, ein bereits veröffentlichtes Werbemittel gänzlich zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unabgesprochene Änderungen der Inhalte des Werbemittels vornimmt oder die URL der Verlinkung ändert oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist. In diesem Fall steht dem AG keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis zu, wobei QC seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

11.6. QC ist ferner berechtigt, ein Werbemittel - sei es bereits veröffentlicht oder nicht - auch nachträglich noch zurückzuziehen bzw. seine Schaltung abzulehnen, wenn der Vermarktungspartner, auf dessen Webpage die Schaltung erfolgt ist bzw. erfolgen soll, der Veröffentlichung gegenüber QC widerspricht. In diesem Fall hat QC keinen Anspruch auf Vergütung und der AG ist berechtigt, von dem Vertrag zurückzutreten. Weitere Ansprüche des Auftraggebers, insbesondere auf Schadensersatz, bestehen nicht.

12. Rechteinräumung und -gewährleistung, Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen

12.1. Der AG überträgt QC sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, Speicherung in und Abruf aus einer Datenbank, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Umfang. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

12.2. QC kann an den eingeräumten Rechten die für die vereinbarte Werbeschaltung erforderlichen Unterlizenzen in beliebiger Anzahl einräumen, sowie die eingeräumten Rechte auf Dritte übertragen.

12.3. Der AG garantiert, bei der Gestaltung der Werbemittel die gesetzlichen Bestimmungen und Grenzen einzuhalten.

12.4. Der AG gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der AG stellt QC auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die bei der notwendigen Rechteverteidigung gegenüber Dritten entstehenden Kosten. Der AG ist verpflichtet, QC nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechteverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. QC wird den AG über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter informieren.

13. Gewährleistung und Haftung

13.1. QC gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine, dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem AG ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienstleisters oder
- wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder

- durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- und/oder Stromausfall) von QC oder anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache oder
- durch einen Ausfall des von QC genutzten Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

13.2. Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechners des AGs sowie der Kommunikationswege vom AG zu den Servern von QC bzw. der Server der Unternehmen, deren Werbeflächen QC vermarktet, entstehen.

13.3. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird QC versuchen, den Ausfall an Medialeistung (PIs) nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des AGs nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des AGs für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

13.4. Soweit QC dies gewährleistet, hat der AG bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels Anspruch auf Verlängerung des Insertionszeitraumes oder auf Schaltung eines Ersatzwerbemittels, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Bei Fehlschlagen oder Unzumutbarkeit der Verlängerung des Insertionszeitraumes bzw. der Schaltung eines Ersatzwerbemittels hat der AG ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages in Bezug auf den Anteil, der noch nicht erbrachten Medialeistung; im übrigen ist ein Rücktrittsrecht ausgeschlossen.

13.5. Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt QC nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit. Gefahrübergang ist mit Eingang des Werbemittels auf einem der Server von QC.

13.6. Soweit die Werbemittel nicht auf einem Server von QC liegen, sondern durch den Server eines Dritten ausgeliefert werden (sog. Redirect-Verfahren) und der AG insoweit, wie unter Ziff. 10.2. beschrieben, QC das Werbemittel über Mitteilung der URL des Werbemittels auf dem Server des AGs bzw. des Dritten bereitstellt, übernimmt QC keine Gewährleistung und keine Haftung für die Auslieferung der Daten über das Internet sowie auch nicht bzgl. der sich daraus ergebenden weiteren Risiken, wie z.B. fehlerfreie Auslieferung und Beschaffenheit des Werbemittels und die Datensicherheit.

13.7. QC wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellst möglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen. QC wird sich bemühen, den Service über das Web stets zugänglich zu halten.

13.8. QC steht für die Verfügbarkeit seiner Server insoweit ein, als die Nichtverfügbarkeit und damit die Arbeiten und Ausfallzeiten auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten von QC beruhen. Dies gilt nicht für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf höherer Gewalt beruht, von QC nicht zu vertreten ist oder die Arbeiten lediglich im Interesse des AGs erfolgen.

13.9. QC und der Dienstanbieter schließen im übrigen ausdrücklich jede Gewährleistung aus.

13.10. QC ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr und/oder die Haftung.

13.11. QC leistet nur Schadensersatz

- bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft;
- in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug oder aus Unmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu rechnen war, jedoch nicht für irgendwelche besonderen, zufällig entstandenen oder indirekten Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren und vom AG nicht beherrschbaren Schaden begrenzt. Soweit eine Kardinalspflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet QC höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die QC für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

13.12. Die Haftung für Personenschäden und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt.

13.13. Auf Mängel können Schadensersatzansprüche des AGs nur gestützt werden, soweit sie von QC gem. §§ 276, 278 BGB zu vertreten sind.

13.14. QC übernimmt, abgesehen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, für Speicherausfall, Unterbrechung, evtl. Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung bei der Kommunikation.

13.15. Ziff. 13.14. gilt nicht für Staaten bzw. Gerichtsbarkeiten, die den Ausschluss oder die Begrenzung der Haftung für Folge- oder zufällig entstandene Schäden nicht gestatten.
13.16. Der AG haftet für alle Folgen und Nachteile, die QC durch die missbräuchliche oder rechtswidrige Verwendung der Dienste oder dadurch entstehen, dass der AG seinen sonstigen Obliegenheiten nach diesen AGB nicht nachkommt. Der AG stellt QC von jeglichen Ansprüchen oder Forderungen Dritter auf erstes Anfordern frei, die diese wegen Verletzung von Rechten durch den AG bzw. auf Grund der vom AG erstellten Inhalte geltend machen, einschließlich angemessener Rechtsverfolgungs- und Anwaltskosten. Ferner verpflichtet sich der AG, QC bei der Abwehr solcher Ansprüche zu unterstützen.
13.17. Die vorstehenden Ziffern erstrecken sich auch auf die organschaftlich oder vertraglich bestimmten Vertreter von QC sowie auf ihre Erfüllungsgehilfen.
13.18. Soweit QC zum Schadensersatz verpflichtet ist, hat QC den AG so zu stellen, als ob der Vertrag nicht geschlossen worden wäre (sog. negatives Interesse); Schadensersatz wegen Nichterfüllung ist ausgeschlossen.

14. Mängelrüge

Bei beiderseitigen Handelsgeschäften hat der AG das geschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist bei derartigen Handelsgeschäften beginnt bei offenen Mängeln mit der Schaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der AG die Mängelrüge, so gilt die Schaltung des Werbemittels als genehmigt.

15. Vergütung, Preisliste und Targeting-Kriterien

15.1. Die Vergütung der Leistung von QC richtet sich grundsätzlich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung jeweils gültigen Preistabelle, den Targeting-Preisen sowie dem Skonto, die jeweils im Internet veröffentlicht sind und auf Anfrage kostenlos zugesandt werden. QC behält sich eine jederzeitige Änderung der Preise, Targeting-Preise und des Skontos vor. QC wird seine Kunden rechtzeitig, d.h. mindestens 1 Monat vorab über die entsprechenden Änderungen unterrichten.
15.2. Wird ein Auftrag mit festen Insertionsterminen erteilt, so sind die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses im Internet veröffentlichten Listen und Tabellen, wie in Ziff. 15.1. beschrieben, maßgeblich. Soweit ein Vertrag über eine Anzahl von Werbemitteln abgeschlossen wird, die erst in der Zukunft unter Wahrung der Voraussetzungen in Ziff. 5. einzeln abgerufen und abgewickelt werden, so sind jeweils die zum Zeitpunkt der Schaltung geltenden Listen und Tabellen, wie in Ziff. 15.1. beschrieben, maßgeblich.
15.3. Im Falle einer Preiserhöhung, unter den Bedingungen, wie in Ziff. 15.2, S. 2 beschrieben, steht dem AG ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht ist innerhalb von fünf Werktagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung auszuüben.
15.4. Die Nettopreise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
15.5. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten von QC zu halten.
15.6. Targetingkriterien pro Werbeträger sind in einer Übersicht zusammen gefasst. Pro Targeting-Kriterium erhöht sich der TKP (Tausend-Kontakt-Preis) um die jeweils ausgewiesene Summe.

16. Rabatte

16.1. Rabatte werden nur auf die reinen Media-Schaltungen gewährt; anfallende Sonderkosten, z.B. bei Änderungen des Werbemittels, sind davon ausgenommen.
16.2. Werbeagenturen und Werbemittler erhalten eine Agenturvergütung i.H.v. 15 % des Auftragswertes nach allen Abzügen und ausschließlich MwSt. vorbehaltlich vollständigem Zahlungseingang bei QC.
16.3. Rabatte werden auch auf die gesamten Rechnungen von verbundenen Unternehmen bzw. Tochterunternehmen gewährt, sofern eine Kapitalbeteiligung von mindestens 50 % gegeben ist; QC ist berechtigt, sich die Kapitalbeteiligung im Original nachweisen zu lassen.
16.4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die QC nicht zu vertreten hat oder übt der AG sein Recht aus Ziff. 15.3. aus, so hat der AG, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt an QC zu erstatten.

17. Zahlungsbedingungen

Rechnungen sind am Erscheinungstag des Werbemittels fällig. Es wird Skonto gewährt, sofern der Rechnungsbetrag spätestens 14 Tage nach dem Erscheinungstag auf dem Konto des SPIEGEL-Verlags eingeht und keine älteren Rechnungen fällig sind.
Bankverbindung: Commerzbank AG Hamburg, Konto 632 674 800, BLZ 200 400 00 Swift-Code COBADEFFXXX, IBAN-Code: DE49 2004 0000 0632 6748 00.

18. Zahlungsverzug

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. QC kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für noch ausstehende Schaltungen Vorauszahlung verlangen. Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des AGs berechtigen QC, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

19. Außerordentliche Kündigung

QC ist zur schriftlichen außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn

- der Kunde seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist,
- der Kunde in der Vergangenheit bereits einmal das Werbemittel bzw. die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat
- der Kunde trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt,
- der Kunde ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot von QC zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt. Im Falle der außerordentlichen Kündigung kann QC mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Werbemittel absetzen. Im Falle einer außerordentlichen Kündigung seitens QC, hat der AG, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten Rabatt und dem Rabatt, wie er sich nach erfolgter Kündigung bezogen auf die tatsächlich erfolgte Schaltung des oder der Werbemittel errechnet, an QC zu erstatten.

20. Datenschutz

20.1. Der AG wird hiermit gemäß Teledienstedatenschutzgesetz (TDDSG), Mediendienstestaatsvertrag (MDStV), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen von QC, insbesondere die der Auftragserteilung und -bearbeitung angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG dieses angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.

20.2. QC ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des AGs bzw. des Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um dem AG die Schaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen von QC zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Ferner ist QC berechtigt, auf diese zur Erhaltung seiner Betriebsfähigkeit zuzugreifen. QC gewährleistet die vertrauliche Behandlung dieser Daten.

20.3. Der AG kann jederzeit die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten, unentgeltlich bei QC einsehen. Dazu kann der AG schriftlich eine Anfrage an QC stellen.

20.4. QC verpflichtet sich seinerseits, im Rahmen des TDDSG, MDStV, BDSG sowie der sonstigen Datenschutzbestimmungen, die ihm aus dem Nutzungsverhältnis bekannt werdenden Daten des AGs, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke dieser AGB zu verwenden, das Datengeheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist.

20.5. Um feststellen zu können, inwiefern das Angebot für die AG von Interesse ist und verbessert werden kann, werden allgemeine, nicht-personenbezogene insbesondere statistische Daten über die Nutzung der Online-Leistungen von QC festgehalten. Dazu werden Umfragen durchgeführt und Daten und Informationen aus Server-Protokolldateien auf ganzheitlicher Basis zusammengefasst und für Statistiken und Analysen genutzt.

20.6. Im Bemühen, das Angebot noch effektiver zu gestalten, ist der AG damit einverstanden, dass QC als Teilnehmer bei führenden Marktforschungsvorhaben Bruttowerbeumsätze des Auftraggebers auf Produktebene an die durchführende Unternehmung zur Veröffentlichung übermittelt, sofern diese die ausschließliche Verwendung der Daten zu werbestatistischen Zwecken garantiert.

21. Gerichtsstand und anwendbares Recht

21.1. Erfüllungsort ist der Sitz von QC, also Hamburg.

21.2. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz von QC, also Hamburg. Soweit Ansprüche von QC nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Sämtliche Rechtsbeziehungen aus diesem Vertrag unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

21.3. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des AGs, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz von QC vereinbart.

22. Schlussbestimmungen

22.1. Alle Informationen, Einwilligungen, Mitteilungen oder Anfragen nach diesen AGB sowie Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB haben schriftlich zu erfolgen. Die Versendung per E-Mail entspricht der Schriftform. Bei Versendung per Telefax oder E-Mail ist das Eingangsdatum beim jeweils anderen Partner maßgebend.

22.2. Änderungen und Ergänzungen dieser AGB einschließlich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.

22.3. Die Regelung in diesen AGB gehen im Konfliktfalle den Regelungen in den Preistabellen, Rabattstafeln, den Targeting-Kriterien sowie dem Skonto vor.

22.4. Eine etwaige Ungültigkeit einer Bestimmung dieses Vertrages berührt nicht die Gültigkeit der übrigen Regelungen dieser Vereinbarung. Ungültige Bestimmungen sind durch solche zu ersetzen, die der beabsichtigten Bedeutung der ungültigen Bestimmung am nächsten kommen. Gleiches gilt bei Auftreten evtl. ausfüllungsbedürftiger Lücken.

Fassung: 1. März 2017