

Allgemeine Geschäftsbedingungen der SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG („SPIEGEL MEDIA“) für Digital-Anzeigenaufträge (gültig ab 25.05.2018)

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „die AGB“) regeln das Verhältnis zwischen der der SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG („SPIEGEL MEDIA“) und dem Auftraggeber bei der Erbringung von Leistungen von SPIEGEL MEDIA für Kunden von SPIEGEL MEDIA, insbesondere die Abwicklung von Werbeaufträgen. Hierfür gelten, soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, ausschließlich diese AGB. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden hiermit ausgeschlossen; das gilt auch dann, wenn den Bedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen wird oder SPIEGEL MEDIA seine Leistungen widerspruchlos erbringt.

1. Definitionen

„**Agentur**“ meint Agenturen, die mit der Auftragserteilung in eigenem oder fremdem Namen befasst sind.

„**Agenturkunde**“ ist ein Auftraggeber, für den eine von ihm beauftragte Agentur als Auftraggeberin in eigenem Namen und auf eigene Rechnung Leistungen bei SPIEGEL MEDIA bucht. In Bezug auf die Buchung besteht ein zweistufiges Vertragsverhältnis SPIEGEL MEDIA – Agentur/Agentur – Agenturkunde; die Preisgestaltung gegenüber dem Agenturkunden obliegt der Agentur.

„**Anzeige**“ umfasst Anzeigen und sonstige Werbemittel.

„**Auftraggeber**“ ist der Vertragspartner von SPIEGEL MEDIA (Agentur oder Direktkunde).

„**Betreiber**“ ist der Betreiber des Informations- und Kommunikationsdienstes, für den der Werbeauftrag erteilt wird.

„**Direktkunde**“ ist ein Auftraggeber, mit dem ein direktes Auftragsverhältnis besteht. Das gilt auch dann, wenn er eine Agentur als Stellvertreterin eingeschaltet hat, die den Auftrag in seinem Namen abschließt, § 164 BGB.

„**SPIEGEL MEDIA Advertising Network**“ sind sämtliche der von SPIEGEL MEDIA vermarkteten Informations- und Kommunikationsdienste.

„**Herstellungsauftrag**“ ist der Vertrag zwischen SPIEGEL MEDIA und Auftraggeber über die Erbringung von Kurations-, Herstellungs- und / oder Programmierleistungen.

„**Low- TKP-Buchungen**“ sind nachrangig priorisierte Inventare, die mit einem eingeschränkten Servicelevel zu Performancekonditionen angeboten werden. SPIEGEL MEDIA behält sich vor, besonders attraktive Websites bzw. einzelne Kategorien von Websites von Low-TKP-Buchungen auszuschließen. Low-TKP-Buchungen werden ausschließlich im Vermarktungsportfolio von SPIEGEL MEDIA ausgeliefert. Ein Zukauf von Fremdinventar findet in keinem Fall statt.

„**Werbeauftrag**“ oder „**Abschluss**“ ist der Vertrag zwischen SPIEGEL MEDIA und Auftraggeber über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere im Internet, zum Zwecke der Verbreitung. Informations- und Kommunikationsdienste können sowohl im Internet, über E-Mail-Versendungen als auch auf mobilen Plattformen stattfinden. Internet, E-Mail-Versendungen und mobile Plattformen sind gleich zu behandeln, soweit keine entgegenstehenden Regelungen getroffen wurden.

„**Werbemittel**“ ist eine individuell ausgestaltete Werbebotschaft, z. B. in Form von Bannern, Videos oder Audiospots.

„**Werbung**“ umfasst sämtliche von SPIEGEL MEDIA angebotenen Werbemittel.

„**Werbungtreibender**“ ist die juristische oder natürliche Person, die oder deren Produkte oder Dienstleistungen das Werbemittel bewirbt.

SPIEGEL MEDIA

Der Premium-Vermarkter

ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

1. Der Werbeauftrag kommt zustande durch die Buchung durch den Auftraggeber (Angebot) und Auftragsbestätigung durch SPIEGEL MEDIA in Textform (Annahme) oder Erbringung der Leistung.
2. Wird ein Direktkunde durch eine Agentur vertreten, so ist spätestens bei der Buchung in Textform ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Buchung im Namen und für Rechnung des Direktkunden erfolgen soll. Unterbleibt ein derartiger rechtzeitiger Hinweis, gilt der Vertrag als mit Wirkung für und gegen die Agentur abgeschlossen, § 164 Abs. 2 BGB. SPIEGEL MEDIA ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.
3. Wechselt ein Agenturkunde während des Abwicklungszeitraums eines Abschlusses die Agentur, so geht SPIEGEL MEDIA davon aus, dass die ehemalige Agentur der neuen Agentur das Vertragsverhältnis mit allen Rechten und Pflichten aus dem Abschluss überträgt. Das Einverständnis von SPIEGEL MEDIA liegt in diesem Fall in der widerspruchsfreien weiteren Abwicklung des Abschlusses mit der neuen Agentur.
4. Der Auftraggeber hat keinen Anspruch darauf, dass SPIEGEL MEDIA Aufträge Dritter mit vergleichbarem Inhalt und/oder vergleichbaren Produkten ablehnt.
5. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die SPIEGEL MEDIA und der Betreiber nicht zu vertreten haben, so hat der Auftraggeber den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt SPIEGEL MEDIA zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nicht anders vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Rabatt, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Rabatt von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf den Rabatt erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
6. Fällt die Durchführung eines Auftrags aus softwarebedingten oder anderen technischen Gründen aus, die SPIEGEL MEDIA und der Betreiber nicht zu vertreten haben, insbesondere wegen Rechnerausfalles, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen im Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch von SPIEGEL MEDIA bestehen.
7. SPIEGEL MEDIA haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch leitende Angestellte von SPIEGEL MEDIA verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet SPIEGEL MEDIA nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, eine Garantie übernommen oder arglistig getäuscht wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Im Falle einer Haftung nur für den typischen vorhersehbaren Schaden besteht keine Haftung für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden oder entgangenen Gewinn. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet SPIEGEL MEDIA nach den

SPIEGEL MEDIA

Der Premium-Vermarkter

gesetzlichen Vorschriften. Alle gegen SPIEGEL MEDIA gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

8. Die Rechnung ist innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungstellung netto fällig, sofern nicht in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder im einzelnen Fall in Textform eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist oder sich aus der Rechnungstellung ergibt. Etwaige Rabatte für vorzeitige Zahlung werden in Höhe von 2% bis 10 Tage nach Rechnungstellung gewährt. SPIEGEL MEDIA behält sich vor, aus begründetem Anlass, wie z.B. Neuaufnahme der Geschäftsbeziehung, Vorauszahlung zu verlangen. Kosten und Spesen im Zahlungsverkehr gehen zulasten des Auftraggebers. Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

9. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. SPIEGEL MEDIA kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Leistungen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist SPIEGEL MEDIA berechtigt, auch während der Laufzeit eines Werbeauftrags weitere Leistungen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung künftig fälliger Beträge und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Dies gilt auch, wenn sich der Auftraggeber gegenüber anderen Unternehmen der SPIEGEL-Gruppe in Zahlungsverzug befindet. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung gegen Ansprüche von SPIEGEL MEDIA nur mit unstreitigen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen berechtigt.

10. Die Vorabankündigung des Einzuges einer Zahlung aufgrund einer Lastschrift erfolgt in der Regel auf der Rechnung, ansonsten mit einer Frist von mindestens 2 Werktagen. Mit Zustandekommen des Auftrages tritt die auftraggebende Agentur ihren diesbezüglichen Zahlungsanspruch gegen den Agenturkunden sicherungshalber an SPIEGEL MEDIA ab, der diese Abtretung annimmt. SPIEGEL MEDIA ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Agenturkunden offenzulegen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung von SPIEGEL MEDIA mindestens dreißig Tage in Verzug befindet.

11. SPIEGEL MEDIA ist berechtigt, die AGB und die Preislisten jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. AGB- und Preisänderungen für erteilte Aufträge sind wirksam, wenn sie von SPIEGEL MEDIA mindestens einen Monat vor Ausführung der Leistung angekündigt werden; in diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

12. Im Verhältnis zwischen SPIEGEL MEDIA und Auftraggeber gilt die jeweils aktuelle Preisliste. Vorbehaltlich der nachfolgenden Regelung werden AE-Provision oder sonstige Rabatte oder Abzüge nur auf Werbeaufträge gewährt. Die Vergütung für eine Full-Service-Leistung mit Kurations- und Programmierungsleistungen sowie damit in Zusammenhang stehenden Marktforschungsleistungen und technischen Kosten ist nicht rabatt- oder AE-fähig. Bei Sonderrabatten (z.B. Gegengeschäfte etc.) werden zusätzlich anfallende Kosten (z.B. externe Dienstleistungen für Streamings oder Mobile) gesondert ausgewiesen und nicht rabattiert und provisioniert.

13. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der von ihm beigestellten Inhalte (Werbemittel, Texte, Fotos, Slogans, Warenproben usw.) allein verantwortlich und garantiert, dass etwaige für die Durchführung des Vertrages erforderlichen Nutzungsrechte und Zustimmungen Dritter (insbesondere, aber nicht ausschließlich, die Zustimmung von Testimonials und anderen abgebildeten Personen) vorliegen und dass die beigestellten Inhalte die anwendbaren Gesetze sowie Rechte Dritter nicht verletzen. SPIEGEL MEDIA ist nicht verpflichtet, die vom Auftraggeber vor- oder freigegebenen

SPIEGEL MEDIA

Der Premium-Vermarkter

Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Auftraggebers auf ihre Richtigkeit zu überprüfen. Die Überprüfung der rechtlichen Zulässigkeit für vorgegebene oder angelieferte Inhalte des Auftraggebers (insbes. Wettbewerbs-, Kennzeichen-, Lebensmittel- u. Arzneimittelrecht) wird von SPIEGEL MEDIA nur geschuldet, wenn dies ausdrücklich Gegenstand des Auftrags ist. Beauftragt der Auftraggeber SPIEGEL MEDIA mit diesen Leistungen, trägt er die hierdurch entstehenden Gebühren und Kosten von SPIEGEL MEDIA und Dritter (Rechtsanwalt, Behörden u. a.) zu marktüblichen Konditionen, sofern nichts Abweichendes vereinbart wird.

14. Der Auftraggeber stellt SPIEGEL MEDIA von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder der Rechte Dritter entstehen können. Ferner wird SPIEGEL MEDIA von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, SPIEGEL MEDIA nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

15. Der Auftraggeber bedarf zur vollständigen oder teilweisen Übertragung seiner Rechte und Pflichten aus dem Auftrag der vorherigen schriftlichen Zustimmung von SPIEGEL MEDIA. SPIEGEL MEDIA ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten aus dem Auftrag Dritter zu bedienen.

16. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, werden die Vertragsparteien den Inhalt des Auftrags, insbesondere die Preise und Konditionen, vertraulich behandeln. Dies gilt nicht, wenn eine Offenlegung gerichtlich oder behördlich angeordnet wird oder zur gerichtlichen Durchsetzung eigener Rechte gegen die jeweils andere Vertragspartei erforderlich ist. SPIEGEL MEDIA ist darüber hinaus berechtigt, den Inhalt des Auftrags eingeschalteten Dritten sowie verbundenen Unternehmen gemäß §§ 15 ff. Aktiengesetz offenzulegen.

17. Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Das gilt auch für eine Aufhebung des Schriftformerfordernisses.

18. Soweit der Auftraggeber, z. B. für den Zugriff auf eine persönliche Website, von SPIEGEL MEDIA ein individuelles Passwort erhält, ist er verpflichtet, dieses Dritten nicht zu offenbaren und es sorgfältig zu verwahren, um Missbrauch durch Dritte auszuschließen. Bei Verlust des Passwortes oder wenn dem Auftraggeber bekannt wird, dass Dritte von dem Passwort Kenntnis erlangt haben könnten, ist er verpflichtet, SPIEGEL MEDIA unverzüglich in Textform zu informieren. Der Auftraggeber haftet für alle Schäden, die sich aus einem Missbrauch des Passwortes ergeben, soweit er nicht den Nachweis erbringt, dass ihn hieran kein Verschulden trifft. Eine Haftung von SPIEGEL MEDIA ist in diesem Fall ausgeschlossen.

19. Sollte eine Regelung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt lassen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine solche wirksame Regelung treten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahekommt.

20. Erfüllungsort ist der Sitz von SPIEGEL MEDIA. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz von SPIEGEL MEDIA. Soweit Ansprüche von SPIEGEL MEDIA nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. 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 Gerichtsstand der Sitz von SPIEGEL MEDIA vereinbart.

21. Es gilt deutsches materielles Recht unter Ausschluss der Verweisungsregeln.

BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR DIE BUCHUNG UND ABWICKLUNG VON WERBEAUFTRÄGEN

22. Jeder Werbeauftrag bezieht sich auf einen vom Auftraggeber konkret mit Name oder Firma bezeichneten Werbungtreibenden; der Austausch des Werbungtreibenden durch den Auftraggeber nach Anzeigenbuchung bedarf der Zustimmung von SPIEGEL MEDIA in Textform.

23. Ein Vertragschluss erfolgt i.d.R. unter folgenden Buchungskonditionen; Abweichungen können im Einzelfall mit SPIEGEL MEDIA schriftlich vereinbart werden: Das Mindestbuchungsvolumen beträgt 2.500 € netto 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.

24. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, ist der Auftrag innerhalb eines Jahres ab Vertragschluss abzuwickeln. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der vorstehend genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format bzw. den technischen Vorgaben der SPIEGEL MEDIA und des Betreibers entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn, d.h. 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 SPIEGEL MEDIA per E-Mail an die Adresse: spiegel@ems.guj.de anzuliefern. 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.

SPIEGEL MEDIA übernimmt für das gelieferte Werbemittel sowie weiterer Materialien keine Verantwortung und ist nicht verpflichtet, diese an den AG zurückzuliefern. SPIEGEL MEDIA ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Werbemittel zeitlich unbegrenzt zu archivieren. Bei verspäteter Anlieferung der Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, den vollen Auftragswert zu zahlen. Dies gilt auch im Falle einer Unterlieferung.

25. Kosten von SPIEGEL MEDIA oder des Betreibers für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des beauftragten Leistungsumfangs hat der Auftraggeber zu tragen.

26. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei SPIEGEL MEDIA eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

27. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden entsprechend den gesetzlichen Anforderungen als Werbung kenntlich gemacht.

28. Werbeaufträge sind für SPIEGEL MEDIA bis zur Vorlage des Werbemittels durch den Auftraggeber und seiner Billigung durch SPIEGEL MEDIA kündbar. SPIEGEL MEDIA behält sich zudem vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen oder bereits veröffentlichte Werbemittel zu sperren, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder Rechte Dritter verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für SPIEGEL MEDIA wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
- wenn ein hinreichender Verdacht dafür vorliegt, dass ein Werbemittel durch einen Link auf Inhalte verlinkt, die eine der vorgenannten Voraussetzungen erfüllen, oder
- wenn das Werbemittel Werbung anderer Personen als des Werbungtreibenden („Dritter“) oder für Dritte enthält.

SPIEGEL MEDIA wird dem Auftraggeber die Kündigung, Ablehnung oder Sperrung unverzüglich mitteilen. Der Auftraggeber ist in diesem Fall berechtigt, ein anderes Werbemittel zu liefern, auf welches die Ablehnungsgründe nicht zutreffen. Falls dieses Werbemittel für die Einhaltung eines eventuell vereinbarten Zeitpunktes verspätet oder gar nicht geliefert wird, behält SPIEGEL MEDIA trotzdem den Anspruch auf Vergütung. Gleiches gilt, wenn das Werbemittel trotz einer zunächst erklärten Kündigung, Ablehnung oder Sperrung geschaltet wird.

29. Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten („Verbundwerbung“), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen Annahmeerklärung von SPIEGEL MEDIA in Textform. Verbundwerbung berechtigt SPIEGEL MEDIA zur Erhebung eines Verbundaufschlages.

30. SPIEGEL MEDIA kann in Einzelvereinbarungen mit Agenturen und Direktkunden von den AGB und den Preislisten abweichen, insbesondere einer auftraggebenden Agentur auch solche Rabatte einzuräumen, die unabhängig von dem einzelnen Anzeigenauftrag bzw. Werbungtreibenden sind oder Vereinbarungen über den Kauf von Anzeigenpaketen schließen. SPIEGEL MEDIA behält sich vor, im Rahmen einer solchen Vereinbarung Agenturen den Wiederverkauf von Anzeigenplätzen im eigenen Namen und auf eigene Rechnung zu gestatten. Ein Anspruch auf Abschluss einer solchen Vereinbarung besteht nicht. SPIEGEL MEDIA behält sich darüber hinaus vor, einer Agentur auch solche Rabatte oder Nachlässe einzuräumen, die unabhängig von dem einzelnen Werbeauftrag bzw. Werbungtreibenden sind.

31. Rabatte werden, mit Ausnahme der nachfolgenden Regelungen, nicht gewährt für Werbungtreibende, die für andere Werbungtreibende Werbeaufträge erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung („Konzernrabatt“) beansprucht, ist der schriftliche Nachweis der Konzernzugehörigkeit erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht, in abzustimmender Form nachzuweisen. Der Nachweis über die Konzernzugehörigkeit ist in abzustimmender Form zu erbringen und muss spätestens bis zum Ende des Abschlussjahres vorliegen. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen Bestätigung in Textform durch SPIEGEL MEDIA. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt; SPIEGEL MEDIA behält sich vor, zu Unrecht gewährte Rabatte auch nachträglich zurückzufordern. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

SPIEGEL MEDIA

Der Premium-Vermarkter

32. Der Auftraggeber räumt SPIEGEL MEDIA und dem Betreiber sämtliche für die Schaltung der Werbemittel in Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz und sonstigen Rechte ein, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, öffentlichen Zugänglichmachung, Sendung, Speicherung in und Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar 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 auf sämtlichen Plattformen und mittels sämtlicher Übertragungsarten, auch soweit die entsprechenden Plattformen durch Dritte betrieben werden (z.B. Social Media Netzwerke). Der Auftraggeber gestattet SPIEGEL MEDIA und dem Betreiber, seine Werbung auf ihren Websites und mobilen Plattformen öffentlich zugänglich zu machen sowie offline (z. B. als CD-ROM, DVD, Präsentation, Print oder sonstigen Werbemittel) zu Zwecken der Eigenwerbung zu vervielfältigen und zu verbreiten.

33. Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung der Werbemittel erforderlichen Rechte besitzt und trägt allein die Verantwortung für die Rechtmäßigkeit der Werbemittel. Der Auftraggeber stellt SPIEGEL MEDIA und den Betreiber von allen Ansprüchen Dritter frei, die anlässlich der Schaltung der Werbemittel wegen der Verletzung der Rechte Dritter oder gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner stellt der Auftraggeber SPIEGEL MEDIA und den Betreiber von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Der Auftraggeber ist verpflichtet, SPIEGEL MEDIA und den Betreiber bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen zu unterstützen. Der Auftraggeber trägt sämtliche Gebühren, die aufgrund der Schaltung der Werbemittel an inländische oder ausländische Verwertungsgesellschaften zu zahlen sind (GEMA, GVL o.ä.), und stellt SPIEGEL MEDIA insoweit auf erstes schriftliches Anfordern frei.

34. SPIEGEL MEDIA und der Betreiber sind gegenüber dem Auftraggeber nicht verpflichtet, Werbemittel daraufhin zu überprüfen, ob durch sie Rechte Dritter oder gesetzliche Bestimmungen, insbesondere des Presse- und Medienrechts, Wettbewerbsrechts, Telemedienrechts, Datenschutzrechts und/oder Strafrechts verletzt werden; gesetzliche Prüfungspflichten bleiben unberührt. Sofern nicht anders vereinbart, hat SPIEGEL MEDIA unbeschadet sonstiger Ansprüche das Recht, das mit Inhalten des Auftraggebers gestaltete Werbemittel sofort durch ein etwaiges Ersatzwerbemittel zu ersetzen, das Werbemittel ersatzlos zu sperren und/oder den Vertrag fristlos mit sofortiger Wirkung zu kündigen, wenn ihm die Schaltung der Werbemittel oder die Verlinkung zu damit verbundenen Seiten gerichtlich oder behördlich untersagt wird oder er wegen der Schaltung der Werbemittel oder der damit verlinkten Seiten von Dritten in Anspruch genommen wird.

35. Verlangt der Auftraggeber ohne Einhaltung der in Ziffer 16 genannten Voraussetzungen, eine von ihm in Auftrag gegebene Werbung aufgrund einer Rechtsverletzung Dritter oder aus sonstigen Gründen nicht auszustrahlen, so bleibt er zur Zahlung der vollen Vergütung verpflichtet. Ihm bleibt der Nachweis vorbehalten, dass SPIEGEL MEDIA ein geringerer Schaden entstanden ist.

36. SPIEGEL MEDIA gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe der Werbemittel. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird durch

- die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser);
- Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder

SPIEGEL MEDIA

Der Premium-Vermarkter

- Dateikonvertierungen zur Anpassung der Werbemittel an technische Spezifikationen oder
- unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxys (Zwischenspeichern) oder
- einen Ausfall des AdServers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des AdServers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Buchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalles. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

37. Bei ungenügender Wiedergabequalität der Werbemittel hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder auf eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Werbemittel beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Dies gilt nicht, soweit die ungenügende Wiedergabequalität auf einem Versäumnis in der Sphäre des Auftraggebers beruht, z.B. fehlerhafte Werbemittel.

38. Sollten die von SPIEGEL MEDIA zugesagten AdImpressions-Zahlen am Ende der Schalllaufzeit nicht erreicht sein, steht dem Auftraggeber nach seiner Wahl entweder eine Ausgleichsbuchung (sofern verfügbar) oder die Erteilung einer Gutschrift zu. Werden die von SPIEGEL MEDIA zugesagten AdImpressions-Zahlen auch mit einer Ausgleichsbuchung in angemessener Frist nicht erreicht, kann der Auftraggeber die Erteilung der Gutschrift verlangen. SPIEGEL MEDIA haftet jedoch nicht für Ausfälle eines AdServers auf Seiten des Auftraggebers; für hierauf beruhende Unterlieferungen während der Schaltperiode kann weder eine Ausgleichsbuchung noch eine Gutschrift erfolgen. Sonstige Gewährleistungsansprüche sind ausgeschlossen. Mit Ablauf der ursprünglichen Schaltdauer gilt das Werk als vollendet im Sinne von § 646 BGB.

39. Maßgeblich zur Ermittlung der AdImpressions-Zahlen ist die Zählung von SPIEGEL MEDIA. Dem Auftraggeber bleibt die Möglichkeit unbenommen nachzuweisen, dass diese Zahlen unzutreffend und stattdessen andere Werte anzusetzen sind. Dies hat der Auftraggeber SPIEGEL MEDIA innerhalb einer Frist von zehn Tagen in Textform mitzuteilen. Soweit die Auslieferung der Kampagne über die von SPIEGEL MEDIA eingesetzten Server erfolgt, hat die Mitteilung innerhalb einer Frist von vier Wochen zu erfolgen. Die Frist beginnt jeweils mit der Absendung der Mitteilung der AdImpression-Zahlen an den Auftraggeber. Bei Abweichungen der Gesamtleistung nach Abschluss einer Kampagne von mehr als zehn Prozent, die auf technisches oder menschliches Versagen von SPIEGEL MEDIA oder vom Betreiber zurückzuführen sind, gelten die Zahlen des Auftraggebers sofern durch diese das technische oder menschliche Versagen nachgewiesen wurde.

40. Eine evtl. Überlieferung führt zu keiner Veränderung des gebuchten Auftragsvolumens. Prognostiziert der Auftraggeber während der Kampagnenlaufzeit eine Unterlieferung der gebuchten Leistung von mehr als zehn Prozent, so hat er SPIEGEL MEDIA ab Kenntniserlangung zu informieren. In diesem Fall arbeiten die Parteien an einer gemeinsamen Behebung.

41. Die kostenfreie Stornierung einer noch nicht laufenden Werbebuchung ist bis drei Wochen vor Schaltungsbeginn möglich. Bei Nichteinhaltung dieser Frist werden 30 Prozent des Auftragswerts berechnet. Die kostenfreie Stornierung einer noch nicht laufenden Buchung von Kooperationsmöglichkeiten (wie z.B. Content-Integration, Gewinnspiel, Special, eBooklet usw.) ist bis sechs Wochen vor Schaltungsbeginn möglich. Bei Nichteinhaltung dieser Frist wird das in den sechs Wochen nach Stornoeingang ursprünglich gebuchte Volumen anteilig für die Laufzeit berechnet. Technische Kosten, die bis zum Zeitpunkt der Stornierung für die Buchung entstanden sind (z.B. im Fall von Dienstleistungen für Streamings oder Mobile), werden dem Auftraggeber vollständig in Rechnung gestellt. Bei Stornierung von Schaltungen, die bereits angelaufen sind, ist der volle

SPIEGEL MEDIA

Der Premium-Vermarkter

Rechnungsbetrag zu bezahlen. Stornierungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Textform.

Soweit nichts anderes vereinbart, obliegt es SPIEGEL MEDIA, innerhalb von zehn Werktagen nach Ausführung des Auftrags folgende Informationen für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten:

- die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel,
- die Ausfallzeit des AdServers, soweit sie zusammenhängend eine Stunde überschreitet.

42. Soweit der Auftraggeber – selbst oder durch von ihm beauftragte Dritte – durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. durch den Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln erhebt, übermittelt, speichert oder anderweit verarbeitet oder Dritten eine solche Übermittlung, Speicherung oder anderweitige Verarbeitung gestattet (zusammen nachfolgend die „Auftraggeber-Datenverarbeitung“), ist er für die Auftraggeber-Datenverarbeitung Verantwortlicher im Sinne der DSGVO bzw. anderer rechtlicher Vorgaben und sichert zu, dass er bei der Auftraggeber-Datenverarbeitung die gesetzlichen Vorgaben einhalten wird. Insbesondere erfolgt eine Verarbeitung personenbezogener Daten nur, soweit dies rechtmäßig ist, über die Verarbeitungen transparent informiert wird und – soweit erforderlich – ein effektiver Opt-Out-bzw. Opt-In-Mechanismus bereitgestellt ist.

43. Soweit ein Dritter oder eine Aufsichtsbehörde SPIEGEL MEDIA wegen einer Auftraggeber-Datenverarbeitung in Anspruch nimmt, hat der Auftraggeber SPIEGEL MEDIA und die Betreiber, auf deren Information- oder Kommunikations-Dienst die Auftraggeber-Datenverarbeitung stattfindet, insoweit auf erstes Anfordern von sämtlichen Ansprüchen, Forderungen, Schäden und sonstigen Kosten, einschließlich Bußgeldern und angemessenen Rechtsverteidigungskosten, freizustellen.

44. Auf Anforderung von SPIEGEL MEDIA hat der Auftraggeber binnen 24 Stunden detailliert Auskunft zu erteilen über Art und Umfang der Auftraggeber-Datenverarbeitung. Der Auftraggeber hat durch entsprechende Vereinbarungen mit den von ihm eingeschalteten Dritten bzw. solchen Dritten, denen er eine Auftraggeber-Datenverarbeitung gestattet, dafür zu sorgen, dass diese entsprechend dem Umfang dieser Ziffer zur Auskunft verpflichtet sind.

45. SPIEGEL MEDIA ist berechtigt, die Einhaltung der Verpflichtungen des Auftraggebers zu prüfen, auch durch Einsatz automatisierter Tools. Weiterhin behält sich SPIEGEL MEDIA vor, jederzeit mit einer Vorankündigungsfrist von 10 Werktagen ein Audit betreffend die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Pflichten des Auftraggebers und seiner Kunden durchführen zu lassen. Der Auftraggeber ist im Rahmen eines solchen Audits zur Mitwirkung verpflichtet, insbesondere zur Erteilung von Auskünften und zur Gewährung von Zugang zu allen relevanten Systemen und Lokalitäten. Die Kosten eines solchen Audits trägt der Auftraggeber nur, wenn mehr als nur unerhebliche Mängel festgestellt werden oder aufgrund unzureichender Mitwirkung der jeweiligen Stelle keine belastbaren Feststellungen über die Zulässigkeit der Auftraggeber-Datenverarbeitung getroffen werden können. Der Auftraggeber hat von ihm beauftragte oder zugelassene Dritte entsprechend den vorstehenden Sätzen zur Mitwirkung zu verpflichten.

46. Soweit SPIEGEL MEDIA Anhaltspunkte dafür hat, dass eine Auftraggeber-Datenverarbeitung unzulässig ist, kann SPIEGEL MEDIA den Auftraggeber dazu auffordern, diese zu unterlassen. Die Aufforderung ist in Textform (E-Mail genügt) geltend zu machen, vom Auftraggeber innerhalb von 24 Stunden umzusetzen und hierüber eine Bestätigung in Textform an SPIEGEL MEDIA zu erteilen. SPIEGEL MEDIA ist weiterhin berechtigt, die Auslieferung der betroffenen Werbemittel zu pausieren, solange und soweit der Auftraggeber einen Nachweis über die Zulässigkeit der Auftraggeber-Datenverarbeitung nicht erbringt. Die Verpflichtung des Auftraggebers zur Vergütung bleibt hiervon unberührt.

47. SPIEGEL MEDIA behält sich vor,

- die Anzahl von Cookies, Zählpixeln oder anderweitigen Trackings auf einem gebuchten Werbeplatz oder generell auf durch SPIEGEL MEDIA vermarkteten Angeboten zu beschränken; und / oder

- die Auslieferung von Cookies oder Zählpixeln davon abhängig zu machen, dass der Auftraggeber vor der Auslieferung Auskunft gemäß Ziffer 44 in einer von SPIEGEL MEDIA zu bestimmenden Form erteilt; und / oder

- die Auslieferung von Cookies oder Zählpixeln davon abhängig zu machen, dass der Auftraggeber nachweist, dass die Auftraggeber-Datenverarbeitung die Anforderungen der einschlägigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen erfüllt; insbesondere, aber nicht ausschließlich, durch Vorlage einer DSGVO-Zertifizierung im Sinne des Art. 42 DSGVO.

48. Der Auftraggeber ist verpflichtet, SPIEGEL MEDIA für deren Datenschutzhinweise für die Auftraggeber-Datenverarbeitungen einen Textvorschlag bereitzustellen, mit dem alle datenschutzrechtlichen Informationspflichten DSGVO-konform erfüllt werden, sowie eine dauerhafte URL, unter der Betroffene der Auftraggeber-Datenverarbeitungen entsprechende Informationen abrufen können.

49. Der Auftraggeber hat für einen schuldhaften Verstoß gegen die Pflichten gem. Ziffer 42 Satz 2 und Ziffer 44 eine Vertragsstrafe in Höhe des zehnfachen des Nettowertes des Auftrages zu zahlen, aus dem der Verstoß stammt. Weitergehende Schadensersatzansprüche bleiben unberührt.

BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR DIE ANLIEFERUNG VON WERBEMITTELN ÜBER ADSERVER VON AUFTRAGGEBER, AGENTUREN UND SONSTIGEN DRITTEN

50. Sofern der Auftraggeber Werbemittel über einen von ihm oder einem Dritten betriebenen Server auf Seiten im SPIEGEL MEDIA Advertising Network ausliefert, garantiert der Auftraggeber, dass das von ihm verwendete System folgenden technischen Anforderungen entspricht:

- Verwendung eines marktüblichen AdServers
- Verwendung einer marktüblichen Load-Balancing-Methode
- 24/7-Support
- Verfügbarkeit: Ausfallsicherheit von 99,2% (monatliche Basis)
- Betreuung von Cache-Busting
- bei Cookies Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen.

Für den Zeitraum geringerer Verfügbarkeit hat SPIEGEL MEDIA das Recht, die Kampagne zu stoppen. Bei Fortführung der Kampagne gelten die Vertragsbestimmungen unverändert weiter. Für den Zeitraum geringerer Verfügbarkeit verringern sich die von SPIEGEL MEDIA zu liefernden Kennzahlen (z.B. Anzahl Ad Impressions) entsprechend. Der Anspruch auf die vertraglich vereinbarte Vergütung steht SPIEGEL MEDIA auch dann im vollen Umfang zu.

51. SPIEGEL MEDIA behält sich vor, Belastungstests durchzuführen, um die technische Belastbarkeit der vom Auftraggeber gelieferten Werbemittel bei häufiger Nutzung zu prüfen. Sofern dies erforderlich ist, wird der Auftraggeber SPIEGEL MEDIA zu diesem Zweck Zugang zum jeweiligen AdServer gewähren. Der Auftraggeber wird SPIEGEL MEDIA unverzüglich nach Kenntnis schriftlich darüber informieren, wenn während der Laufzeit dieses Vertrages nachteilige Veränderungen bei einem oder mehreren AdServern eintreten oder eintreten drohen, die es dem Auftraggeber erschweren oder unmöglich machen könnten, Werbemittel auf Websites im SPIEGEL MEDIA Advertising Network einzublenden. Der oder die AdServer müssen vom Auftraggeber permanent überwacht und gewartet werden, um Ausfälle gleich welcher Art so weit wie möglich auszuschließen bzw. sofort zu beheben.

52. Es gelten alle im Arbeitskreis AdTechnology des OVK verabschiedeten und jeweils gültigen technischen Spezifikationen. SPIEGEL MEDIA hat das Recht, die Einhaltung dieser Spezifikationen bei Einsatz eines externen AdServers zu überprüfen. Auf Anfrage sind alle Werbemittel einer Kampagne SPIEGEL MEDIA zur Prüfung vorzulegen, wenn die Kampagne über einen Redirect ausgeliefert wird.

53. SPIEGEL MEDIA hat das Recht, bei Nichterfüllung die Kampagne zu stoppen. Nach dem Kampagnenstopp gelten die AGB von SPIEGEL MEDIA in Bezug auf die Anlieferung der Werbemittel. Im Übrigen verringern sich die von SPIEGEL MEDIA zu liefernden Kennzahlen entsprechend. Der Anspruch auf die vertraglich vereinbarte Vergütung steht SPIEGEL MEDIA auch dann im vollen Umfang zu.

54. SPIEGEL MEDIA partizipiert an der freiwilligen Selbstregulierung für nutzungsorientierte Onlinewerbung (Online Behavioural Advertising) des Bundesverbands digitale Wirtschaft e.V. (BVDW). Hierzu zählt die Kenntlichmachung aller 3rd Party Dienstleister, denen es seitens SPIEGEL MEDIA gestattet ist, Online Behavioural Advertising auf Seiten von SPIEGEL MEDIA zu betreiben. Im Rahmen dieser Vereinbarung verpflichtet sich der Dienstleister, die geltenden Bestimmungen des für ihn relevanten Kodex einzuhalten und formgerecht umzusetzen. SPIEGEL MEDIA behält sich das Recht vor, die vollständige Identität und Kontaktdaten des Dienstleisters auf ihrer Homepage zu nennen und auf dessen Homepage/Microsite zum Thema Datenschutz zu verlinken.

55. Alle Werbemittel, die zur Einblendung im SPIEGEL MEDIA Advertising Network bestimmt sind, sind gemäß den Vorlaufzeiten an eine dafür von SPIEGEL MEDIA vorgesehene Adresse (spiegel@ems.guj.de) zu schicken. Sie müssen SPIEGEL MEDIA vor Schaltungsbeginn vorliegen. SPIEGEL MEDIA behält sich vor, unpassende Werbemittel zu beanstanden. Im Falle veränderter Werbemittel gelten die vorstehenden Regelungen entsprechend. Durch die Einblendung der Werbemittel darf die Funktionalität des SPIEGEL MEDIA Advertising Network in keiner Weise behindert oder eingeschränkt werden.

56. SPIEGEL MEDIA ist berechtigt, Werbemittel jederzeit mit angemessener Ankündigungsfrist aus dem SPIEGEL MEDIA Advertising Network zu entfernen. Die Verbindung zum externen Server kann hierfür jederzeit unterbrochen werden. Einer Ankündigungsfrist bedarf es nicht, wenn

- SPIEGEL MEDIA durch behördliche oder gerichtliche Entscheidung verpflichtet wird, ein Creative zu entfernen bzw. dessen Einblendung zu unterlassen,
- SPIEGEL MEDIA hinreichende Anhaltspunkte dafür hat, dass das eingeblendete Creative rechtlich unzulässig ist oder
- die Einblendung eines oder mehrerer Creatives zu schweren Funktionalitätsstörungen im SPIEGEL MEDIA Advertising Network oder beim Betreiber führt oder geführt hat.

57. Bei nicht fristgerechter, unvollständiger und/oder nicht der technischen Spezifikation entsprechender Anlieferung der Werbemittel ist SPIEGEL MEDIA berechtigt, die vorgesehenen Platzierungen anderweitig zu besetzen, bis die Lieferung einwandfrei erfolgt. Die Durchführung des Werbeauftrags wird dann im Ermessen von SPIEGEL MEDIA nachgeholt. Der Auftraggeber ist gleichwohl verpflichtet, den vollen Schaltpreis zu bezahlen. Sollte der Auftraggeber dennoch ein Werbemittel einblenden, das nicht diesen Bestimmungen entspricht, hat er – unbeschadet sonstiger Rechte von SPIEGEL MEDIA – dafür zu sorgen, dass das Werbemittel unverzüglich, spätestens jedoch vier Stunden nach Benachrichtigung durch SPIEGEL MEDIA, beim Aufrufen von Websites des SPIEGEL MEDIA-Advertising-Networks nicht mehr im Browser dargestellt wird.

BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR DIE HERSTELLUNG DIGITALER INHALTE (DISPLAY-WERBEFORMEN, MICROSITES, LANDING-PAGES ETC.)

58. Kündigt der Auftraggeber einen Herstellungsauftrag, ohne dass ein wichtiger Grund vorliegt, hat er SPIEGEL MEDIA eine angemessene Vergütung für die bis dahin erbrachten Leistungen und Aufwendungen, mindestens aber 30% des Auftragswertes, zu zahlen.

59. Der Auftraggeber hat die Vertragsmäßigkeit der Arbeitsergebnisse sowie der zur Korrektur übersandten Vor- und Zwischenerzeugnisse unverzüglich zu prüfen. Die Gefahr etwaiger Fehler geht mit der Freigabeerklärung auf den Auftraggeber über, soweit es sich nicht um Fehler handelt, die erst danach entstanden sind oder erkannt werden konnten. Das gleiche gilt für alle sonstigen Freigabeerklärungen des Auftraggebers.

60. Die Abnahme der Arbeitsergebnisse erfolgt schriftlich oder in Textform innerhalb von drei (3) Werktagen, sofern von SPIEGEL MEDIA keine andere Frist gesetzt worden ist. Erfolgt keine fristgerechte Erklärung der Abnahme, gilt das Arbeitsergebnis gemäß § 640 Abs. 1 Satz 3 BGB als abgenommen.

61. Die Abstimmung eines beauftragten Werbemittels mit dem Auftraggeber erfolgt über maximal drei kostenfreie Korrekturschleifen. Darüberhinausgehenden Aufwand (zusätzliche Korrekturen, besonders komplexe zusätzliche Funktionalitäten etc.) kann SPIEGEL MEDIA dem Auftraggeber in Rechnung stellen, es sei denn, SPIEGEL MEDIA hat den Aufwand zu verantworten. Änderung angelieferter/übertragener Daten und ähnliche Vorarbeiten sowie Änderungen, die vom Auftraggeber veranlasst sind werden dem Auftraggeber berechnet. Dies gilt auch, soweit SPIEGEL MEDIA sich für die Erbringung der Leistung ganz oder teilweise Dritter bedient und der Dritte SPIEGEL MEDIA die entsprechenden Kosten in Rechnung stellt.

62. Liefertermine bedürfen der schriftlichen Vereinbarung. Mit Auftragserteilung erkennt der Auftraggeber etwaige, von SPIEGEL MEDIA angegebene Fristen für die Erbringung seiner Mitwirkungsleistungen an und verpflichtet sich zur Einhaltung dieser. Für die Dauer der Prüfung von Entwürfen, Demos, Testversionen etc. durch den Auftraggeber ist eine vereinbarte Lieferfrist unterbrochen. Die Unterbrechung wird vom Tage der Benachrichtigung des Auftraggebers bis zum Tage des Eintreffens seiner Stellungnahme gerechnet. Verlangt der Auftraggeber nach Auftragserteilung Änderungen des Auftrags, welche die Anfertigungsdauer beeinflussen, so verlängert sich die Lieferzeit entsprechend. Bei Lieferverzug ist der Auftraggeber erst nach Setzung einer angemessenen Nachfrist von mindestens 1 Woche zur Ausübung der ihm gesetzlich zustehenden Rechte berechtigt.

SPIEGEL MEDIA

Der Premium-Vermarkter

63. SPIEGEL MEDIA behält sich vor, bei Umsetzungen, die mit neuesten Technologie-Standards programmiert werden (HTML, CSS, Javascript etc.), ausgewählte Browser-/Versionen, Devices und Betriebssysteme auszuschließen.

64. Zulieferungen (auch Datenträger, übertragene Daten) durch den Auftraggeber oder durch einen von ihm eingeschalteten Dritten unterliegen keiner Prüfungspflicht seitens SPIEGEL MEDIA. Dies gilt nicht für offensichtlich nicht verarbeitungsfähige oder nicht lesbare Daten. Bei Datenübertragungen hat der Auftraggeber vor Übersendung jeweils den neuesten technischen Stand entsprechende Schutzprogramme für Computerviren einzusetzen. Die Datensicherung obliegt allein dem Auftraggeber. SPIEGEL MEDIA ist berechtigt eine Kopie anzufertigen.

65. Nutzungsrechte für vom Auftraggeber abgelehnte oder nicht ausgeführte Entwürfe, Konzepte oder Ideen bleiben bei SPIEGEL MEDIA. Dies gilt auch für Leistungen von SPIEGEL MEDIA, die nicht Gegenstand besonderer gesetzlicher Rechte, insbesondere des Urheberrechts, sind.

66. Der Auftraggeber erwirbt, sofern nicht abweichend in der Leistungsbeschreibung geregelt, an den von SPIEGEL MEDIA gestalteten Anzeigen mit vollständiger Bezahlung das nicht-exklusive Nutzungsrecht für die Veröffentlichung in den bei Auftragserteilung vereinbarten Medien von SPIEGEL MEDIA für die Laufzeit des Abschlusses. Dies gilt auch für First-Mover AdSpecials, soweit mit dem Auftraggeber keine abweichende Vereinbarung getroffen wird. Ist eine weitergehende Nutzung gewünscht, wird SPIEGEL MEDIA hierzu unverzüglich ein Angebot über die zu zahlende Vergütung erstellen.

BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR DIE BUCHUNG UND ABWICKLUNG VON LOW-TKP-INVENTAREN

67. Die Abrechnung erfolgt rückwirkend auf Basis der Zahlen des Adservers von SPIEGEL MEDIA. Für die Ermittlung von Zählerdifferenzen werden die gemessenen Zahlen des AdServers von SPIEGEL MEDIA zugrunde gelegt. Kommt es zu Zählerabweichungen ggü. dem ausliefernden Adserver, gilt eine Abweichung von bis zu 10% als marktüblich und nicht als Zählerdifferenz. Kann bei einer Abweichung von mehr als 10% von der Gesamtleistung keine eindeutige Ursache festgestellt werden, wird die Summe (abzüglich der marktüblichen 10%) zu gleichen Teilen von SPIEGEL MEDIA und Auftraggeber getragen.

68. Jegliche Konkurrenten zu den von SPIEGEL MEDIA vermarkteten Print Titeln und Online Sites sind von Low-TKP-Buchungen ausgeschlossen. Dies gilt insbesondere für Konkurrenzkampagnen mit dem Ziel der Abonnementgenerierung.

69. Low-TKP-Buchungen sind nicht rabattbildend.

70. Für Low-TKP-Buchungen besteht keine Auslieferungsgarantie. Das gebuchte Volumen wird je nach Verfügbarkeit auf den Basisplatzierungen im Portfolio von SPIEGEL MEDIA ausgeliefert. Wird das gebuchte Volumen nicht im gewünschten Zeitraum erreicht, wird effektiv nach Auslieferungsstand abgerechnet.

71. Es besteht kein Anspruch auf gleichmäßige Auslieferung des Buchungsvolumens über den Kampagnenzeitraum. Es besteht keine Platzierungsauswahl/-garantie. Die Aussteuerung auf das SPIEGEL MEDIA-Inventar erfolgt nach Verfügbarkeit. Höherwertige Buchungen haben bei der Auslieferung Vorrang; SPIEGEL MEDIA hat insoweit ein Schieberecht.

SPIEGEL MEDIA

Der Premium-Vermarkter

72. Nach Ablauf der Kampagne erhält der Kunde ein Kampagnenendreporting. SPIEGEL MEDIA liefert keine Zwischenreportings. SPIEGEL MEDIA liefert keine Screenshots als Kampagnendokumentation für die Werbemittelauslieferung.

73. Dem Auftraggeber ist es nicht gestattet, das von SPIEGEL MEDIA zur Verfügung gestellte Inventar an dritte Ad-Networks oder andere Zwischenhändler weiterzuverkaufen. Das Inventar darf ausschließlich zur Befüllung mit direkten Werbepartnern des Auftraggebers verwendet werden. Werbemittel müssen spätestens drei Werktage vor Schaltungstermin angeliefert werden. Je Format dürfen maximal zwei physische Werbemittel angeliefert werden. Ein Werbemittelmotivwechsel darf maximal einmal pro Woche durchgeführt werden. Unberührt von dieser Regel ist der Einsatz von Redirects, bei welchen der Auftraggeber nach eigenem Ermessen Werbemittelmotivwechsel im Hintergrund durchführen kann.