

Allgemeine Geschäftsbedingungen Digital von Ringier AG (Ringier Advertising)

vom 09. Mai 2023

1. Allgemeines

1.1. Anwendungsbereich

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen Digital von Ringier AG («AGB») gelten für alle Werbeaufträge und regeln den Abschluss, den Inhalt und die Abwicklung von Verträgen betreffend das Angebot von Ringier AG (Ringier Advertising) zur Integration von Werbetreibenden in einen Werbeträger der elektronischen Medien der Inventareigner.

Die AGB von Ringier Advertising gelten ausschliesslich. Gegenbestätigungen des Werbetreibenden oder der Agentur (Vertragspartner) unter Hinweis auf die eigenen Geschäftsbedingungen wird hiermit ausdrücklich widersprochen. Abweichungen von diesen AGB oder Geschäftsbedingungen des Vertragspartners gelten nur, sofern und soweit Ringier Advertising dies schriftlich bestätigt.

Für eCommerce Geschäfte von einzelnen, auf den Angeboten der Inventareigner eingebundenen Partnern gelten die jeweils aktuellen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Shopanbieter, die auf deren Webseite einsehbar sind.

1.2. Definitionen

Als Inventareigner gelten Unternehmen, die ihr Inventar (ganz oder teilweise) Ringier Advertising zur Vermarktung überlassen haben.

Als Werbetreibende gelten einzelne Personen oder Unternehmen, die für sich, ihre Produkte und/oder Dienstleistungen oder die von ihnen vertriebenen Produkte und/oder Dienstleistungen werben.

Als Werbeauftrag gilt jeder Vertrag zwischen Ringier Advertising und dem Vertragspartner über eine Integration jeglicher Form von kommerzieller Kommunikation («Werbemittel») des Werbetreibenden in einen Werbeträger eines Inventareigners.

Vertragspartner ist entweder der Werbetreibende selbst (ungeachtet davon, ob er selbst kontrahiert oder ob er mittels einer Werbe- oder Mediaagentur kontrahiert) oder eine Werbe- oder Mediaagentur (Agentur), sofern diese der eigentliche Vertragspartner von Ringier Advertising ist und die vertragliche Beziehung mit Ringier Advertising in eigenem Namen und auf eigene Rechnung eingeht.

Als Werbeträger sind alle elektronischen Medien der Inventareigner zu verstehen, die von Ringier Advertising (ganz oder teilweise) vermarktet werden.

Als Werbemittel kommen grundsätzlich diejenigen Formate in Frage, welche in der jeweils gültigen Angebots- bzw. Preisliste – abrufbar unter www.ringier-advertising.ch/digital – ausgewiesen sind. Sonderformate und -werbeformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch Ringier Advertising möglich. Ringier Advertising ist berechtigt, die angebotenen Werbemittel jederzeit zu ändern oder aus dem Angebot zu entfernen.

1.3. Stellvertretung durch eine Agentur

Werbeaufträge von Agenturen im Namen und auf Rechnung des Werbetreibenden (Kunde der Agentur) sowie im Namen der Agentur und auf Rechnung des Werbetreibenden (indirekte Stellvertretung) werden von Ringier Advertising nur für namentlich genau bezeichnete Kunden angenommen. Die gegenüber Ringier Advertising auftretende Agentur teilt Ringier Advertising vor Vertragsschluss mit, ob sie im Namen und auf Rechnung des Werbetreibenden (direkte Stellvertretung) oder im eigenen Namen und auf Rechnung des Werbetreibenden (indirekte Stellvertretung) handelt. Im Fall einer direkten Stellvertretung ist der Werbetreibende der Vertragspartner von Ringier Advertising, im Fall einer indirekten Stellvertretung ist die Agentur die Vertragspartnerin von Ringier Advertising. Soweit Unklarheit über die Stellvertretung besteht, gilt der Vertrag als mit der Agentur selbst zustande gekommen (indirekte Stellvertretung).

Ringier Advertising ist berechtigt, von Agenturen einen Mandatsnachweis resp. eine Vertretungsvollmacht zu verlangen. Der Werbetreibende erklärt in der von ihm ausgestellten Vertretungsvollmacht, Ringier Advertising den Widerruf des der Agentur erteilten Auftrages resp. der Vollmacht unverzüglich mitzuteilen. Der Werbetreibende erklärt in der Vertretungsvollmacht, für den Inhalt der Vereinbarung, im Besonderen für die Form und Gesetzmässigkeit, verantwortlich zu sein und für allfällige Folgen der Nichtbeachtung von gesetzlichen Vorschriften einzustehen. Der Werbetreibende haftet gegenüber Ringier Advertising für die Begleichung der in der Vereinbarung aufgezählten Leistungen und die entsprechend von Ringier Advertising auf den Namen des Stellvertreters ausgestellten Rechnungen. Allfällige Rekursrechte der Werbetreibenden gegen die Agentur sind Bestandteil der bilateralen Rechtsbeziehung zwischen den Werbetreibenden und der Agentur und dürfen Ringier Advertising weder entgegengehalten werden noch als Grundlage für die Nicht-Begleichung oder verspätete Begleichung der von Ringier Advertising erstellten Rechnungen geltend gemacht werden. Ein von einer Agentur direkt vertretener Werbetreibender kann sich gegenüber Ringier Advertising nur durch Zahlung an Ringier Advertising gültig von seiner Zahlungsverpflichtung befreien. Ringier Advertising behält sich vor, mit dem direkt vertretenen Werbetreibenden direkt in Kontakt zu treten und ihm eine Kopie des unterzeichneten Vertrags zukommen zu lassen.

Die Agentur ist dafür verantwortlich, ihren Kunden über seine Pflichten und Rechte, die sich aus sämtlichen Vertragsbestandteilen ergeben, zu informieren.

Die Agentur verpflichtet sich, sich ihren Kunden gegenüber an die Abrechnungspflichten gem. Art. 400 und 401 des Obligationenrechts zu halten.

2. Abschluss von Werbeaufträgen

Offerten bzw. Angebote von Ringier Advertising sind stets freibleibend und stehen insbesondere unter dem Vorbehalt der verfügbaren Werbezeiten und/oder Werbeplätze.

Ein Werbeauftrag kommt rechtswirksam zu Stande, wenn Ringier Advertising einen Werbeauftrag schriftlich bzw. per E-Mail bestätigt und der Werbetreibende oder die Agentur dieser Auftragsbestätigung nicht innert 48 Stunden schriftlich bzw. per E-Mail widerspricht oder allenfalls eine entsprechende Vereinbarung vom Werbetreibenden bzw. der Agentur gegengezeichnet wird. Ringier Advertising hat das Recht, vom Werbetreibenden oder der Agentur eine schriftliche Gegenbestätigung des Werbeauftrags zu verlangen (E-Mail genügt). Mit der Integration der Werbemittel auf den vereinbarten Werbeplätzen kommt der Werbeauftrag in jedem Fall zustande. Die Integration der Werbemittel ersetzt in diesen Fällen die Bestätigung von Ringier Advertising. In diesem Fall ist ein Widerspruch des Werbetreibenden oder der Agentur ausgeschlossen.

Für den Werbeauftrag gelten ausschliesslich die vorliegenden AGB sowie die nachfolgenden aufgezählten Dokumente, die einen wesentlichen und integralen Vertragsbestandteil bilden:

- Auftragsbestätigung
- allenfalls bestehende Kundenvereinbarungen
- allenfalls bestehende Agenturvereinbarungen
- Werbemittelspezifikationen (abrufbar in der zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses geltenden Version unter <https://www.ringier-advertising.ch/digital>)

3. Rechte und Pflichten von Ringier Advertising

3.1. Allgemeines

Ringier Advertising erbringt die vereinbarten Leistungen sorgfältig. Sie ist jederzeit berechtigt, zur Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen Dritte beizuziehen.

3.2. Recht auf Zurückweisung und Aussetzen der Leistung

Ringier Advertising hat jederzeit das Recht, Werbeaufträge von Werbetreibenden und/oder Agenturen ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Eine Ablehnung teilt Ringier Advertising dem Werbetreibenden bzw. der Agentur ohne Verzug mit.

Bei bereits abgeschlossenen Werbeaufträgen ist Ringier Advertising überdies berechtigt, unsittliche oder rechtswidrige Inhalte der Werbemittel (wie insbesondere Gewaltdarstellungen, pornografische oder rassistische Inhalte, Aufrufe zur Gewalt oder zu Straftaten, Spiele und Wetten, die gegen das Geldspielgesetz verstossen, unverlangte Werbesendungen (Spamming), Inhalte, die Rechte Dritter verletzen, wie insbesondere Urheber-, Marken-, Design-, Patent- oder Persönlichkeitsrechte, Inhalte, die gegen das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb oder massgebende Werbevorschriften wie z. B. für Tabak-, Alkohol-, Heilmittel-, Lebensmittelwerbung etc. verstossen) nach eigenem Ermessen jederzeit,

ohne Vorankündigung, ohne Rücksprache mit dem Vertragspartner und mit sofortiger Wirkung von der Webseite zu entfernen.

Ringier Advertising ist ausdrücklich von der Erbringung von Leistungen bezüglich (ausstehender) Freespace-, Konditionen- und Leistungskompensationsguthaben befreit, sollte ein Inventar nicht mehr durch Ringier Advertising vermarktet werden. Dem Vertragspartner entstehen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber Ringier Advertising.

Im Falle von automatischer Buchung über programmatische Kanäle und die Ringier Advertising Direktbuchungsplattform oder auch allgemein für Digital-Werbung ist Ringier Advertising jederzeit und ohne Rücksprache mit dem Werbeauftraggeber bzw. der Agentur berechtigt, Anpassungen a) beim Targeting und b) beim Kampagnenzeitraum vorzunehmen. Es entstehen dem Werbeauftraggeber bzw. der Agentur dadurch keinerlei Ansprüche oder sonstige Forderungen gegenüber Ringier Advertising. Der Werbeauftraggeber hat insbesondere keinen Anspruch auf eine Platzierung der Online-Werbung an einer bestimmten Position der jeweiligen Website oder auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Website. Die gebuchten Ad Impression Leistungen werden in diesem Falle selbstverständlich von Ringier Advertising zu anderer Zeit, an anderer Stelle und gegebenenfalls mittels anderer

Zielgruppen-Daten-Struktur jedoch nach eigenem Ermessen ausgeliefert.

3.3. Redaktionelle Freiheit

Die redaktionelle Freiheit in Bezug auf sämtliche Inhalte auf allen Werbeträgern liegt beim jeweiligen Inventareigner. Sie bleibt durch diesen Vertrag unberührt und umfasst auch die Gestaltung wie z. B. die Channel-Einteilung. Änderungen der Gestaltung der elektronischen Medien der Inventareigner bzw. der Werbeträger während der Vertragsdauer sind jederzeit zulässig, sofern die Werbemittel des Vertragspartners mindestens gleichwertig umplatziert werden. Bei Uneinigkeit über die Gleichwertigkeit obliegt Ringier Advertising der Entscheid über die Gleichwertigkeit.

3.4. Weitergabe von Daten für Werbestatistiken

Der Vertragspartner nimmt zustimmend davon Kenntnis, dass Ringier Advertising Daten zur Erstellung von Werbestatistiken verwenden und an Dritte weiterleiten darf.

3.5. Speicherung

Ringier Advertising ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Werbemittel zu speichern und zeitlich unbegrenzt zu archivieren.

4. Rechte und Pflichten des Vertragspartners

4.1. Bereitstellung der Werbemittel

Der Vertragspartner ist verpflichtet, Ringier Advertising die für die Auslieferung/Aufschaltung der Werbung notwendigen Werbemittel, auch innerhalb einer laufenden Kampagne, gemäss den jeweils geltenden technischen Vorgaben – abrufbar unter www.ringier-advertising.ch/digital – bis spätestens zu den folgenden Zeitpunkten vor dem bestätigten Aufschaltungstermin (Kampagnenstart) auf eigene Kosten zur Verfügung zu stellen:

- Standardformate: 3 Arbeitstage
- Sonderformate (z.B. Branding Day, Welcome Ad, Video, Advertorial, Native, Sponsoring, CPC, Newsletter): 5 Arbeitstage

Im Einzelfall können die Vorlaufzeiten aufgrund von speziellen Bestimmungen des Werbeträgers abweichen. Ringier informiert diesfalls den Auftraggeber schnellstmöglich.

Die Anlieferung der Werbemittel hat an digitaladops@ringier.ch zu erfolgen.

Die Folgen zu spät gelieferter oder mangelhafter Werbemittel trägt der Vertragspartner.

Bei nicht ordnungsgemässer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die Einhaltung des vereinbarten Aufschalttermins oder das Erfüllen der vereinbarten Leistung übernommen. Der volle Vergütungsanspruch von Ringier Advertising bleibt auch dann bestehen, wenn die Schaltung des Werbemittels verspätet oder nicht erfolgt.

4.2. Vergütung

Der Vertragspartner zahlt Ringier Advertising die im Werbeauftrag festgelegte Vergütung zuzüglich der Mehrwertsteuer und gegebenenfalls zuzüglich anderer anfallender Steuern in der jeweiligen gesetzlich vorgeschriebenen Höhe.

Der Vertragspartner ist verpflichtet, einen Toolbox Programm Code (AdTag) für Reporting und Tracking auf den Webseiten des Werbetreibenden einzubinden bzw. einbinden zu lassen, wenn die Vergütung bzw. ein Vergütungsanteil auf einem Post- Click-Wert (Abrechnung per Registrierung etc.) basiert.

Ist Ringier Advertising aufgrund des vereinbarten Vergütungsmodells (z. B. Umsatzbeteiligungen) auf die Abrechnung durch den Vertragspartner angewiesen, so erstellt und liefert dieser bis am dritten Arbeitstag jedes Folgemonats eine detaillierte Abrechnung an Ringier Advertising. Ringier Advertising hat das Recht, die Abrechnung durch einen unabhängigen, zur Verschwiegenheit verpflichteten Wirtschaftsprüfer und/oder Informatiker prüfen zu lassen. Betragen die von diesen festgestellten Abweichungen mehr als 5% zu Ungunsten von Ringier Advertising, so gehen die Kosten der Prüfung zu Lasten des Vertragspartners und die Abweichungen werden in entsprechender Höhe nachbelastet.

4.3. Verantwortung für Qualität und Werbeinhalte

Der Vertragspartner trägt für die von ihm zur Veröffentlichung an Ringier Advertising gegebenen Werbemittel und deren Inhalte die alleinige Verantwortung. Der Vertragspartner verpflichtet sich, seine Werbemittel, Inhalte, Produkte und sonstigen Informationen auf ihre Rechtmässigkeit hin zu prüfen und leistet Gewähr dafür.

Der Vertragspartner trägt die alleinige Verantwortung, die Heavy Ad Intervention Kriterien von Chrome und Edge Browser zu erfüllen. Von der Heavy-Ad-Intervention blockierte Anzeigenauslieferungen werden nicht rückvergütet oder kompensiert.

4.4. Schutzrechte

Der Vertragspartner gewährleistet, dass alle zur Herstellung der Werbemittel notwendigen Rechte von ihm und/oder vom Werbetreibenden eingeholt worden sind und dass er sämtliche zur Schaltung des Werbemittels in den gebuchten Werbeträgern erforderlichen Rechte besitzt.

Der Vertragspartner überträgt Ringier Advertising sämtliche für die Nutzung der Werbung in den gebuchten elektronischen Medien erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Bearbeitung, Speicherung in und Abruf aus einer Datenbank, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Werbeauftrages erforderlichen Umfang sowie die entsprechenden Unterlizenzierungsrechte an den Inventareigner des gebuchten Werbeträgers.

Der Vertragspartner räumt Ringier Advertising das Recht ein, die Werbemittel wo nötig mit der Bezeichnung Werbung oder dergleichen zu versehen, Kopien der Werbung aufzubewahren und diese soweit für die Ausführung des Werbeauftrags notwendig über eine Datenbank Ringier Advertising zugänglich zu machen.

Im Übrigen gehören und verbleiben sämtliche Schutzrechte (Urheber-, Marken-, Designrechte etc.) an Inhalten, Logos, Layouts etc., welche auf den Werbeträgern der Inventareigner zugänglich sind, Ringier Advertising, den jeweiligen Inventareignern oder Dritten, die sie Ringier Advertising und/oder den jeweiligen Inventareignern zur Verfügung gestellt haben. Der Vertragspartner nimmt zustimmend davon Kenntnis, dass ihm aufgrund der vertraglichen Beziehung mit Ringier Advertising keine Ansprüche auf die erwähnten Schutzrechte erwachsen.

Der Vertragspartner respektive die Agentur berechtigt Ringier Advertising, das Werbemittel der entsprechend zuständigen Behörde (z.B. Bundesamt für Kommunikation BAKOM, Swissmedic, Gespa, Bundesamt für Gesundheit) zur Beurteilung zukommen zu lassen, falls Ringier Advertising Zweifel an der rechtlichen Zulässigkeit des Werbemittels hat.

Bei Zweifeln an der rechtlichen Zulässigkeit eines Werbemittels ist Ringier Advertising berechtigt, das Werbemittel zurückzuweisen oder die Publikation auszusetzen (siehe unter Ziffer 3.2).

4.5. Schadloshaltung

Wird Ringier Advertising, ein Organmitglied oder ein Mitarbeiter von Ringier Advertising wegen der Rechtswidrigkeit von Informationen des Werbetreibenden bzw. der Agentur, wegen fehlender Zustimmung Dritter, wegen der Verletzung von Rechten Dritter oder wegen Datenschutzverletzungen oder sonstigen Gesetzesverletzungen des Vertragspartners oder eines von ihm beauftragten Dritten straf-, zivil- oder verwaltungsrechtlich zur Verantwortung gezogen, so stellt der Vertragspartner die Betroffenen von allen Ansprüchen auf erstes Verlangen frei und hält sie vollumfänglich schad- und klaglos.

4.6. Mängelrüge

Der Vertragspartner hat die Integration der Werbemittel binnen 24 Stunden nach dem Aufschaltungsbeginn zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist beginnt bei offenen Mängeln mit der Schaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der Vertragspartner die rechtzeitige Mängelrüge, so gilt die Schaltung des Werbemittels als genehmigt.

5. Rechnungsstellung und Zahlungsbedingungen

5.1. Rechnungsstellung

Ringier Advertising stellt dem Vertragspartner nach vollständig erfolgter Auslieferung der vereinbarten Leistung oder auf Wunsch des Vertragspartners und im Ermessen von Ringier Advertising Ende jeden Monats pro rata temporis Rechnung.

Massgebend für die in Rechnung gestellten Leistungen sind die von Ringier Advertising eingesetzten AdManagement Tools. Bei zeitbasierten Werbeplatzierungen (Fixplatzierungen) gilt die Leistung als vollständig erfüllt, wenn mindestens 80 % der im Vorfeld prognostizierten Medialeistung (indikative Werte AdImpressions) ausgeliefert worden sind. Für die Rechnungsstellung variabler Kosten ist das Trackingsystem massgebend, welches Auskunft über Messgrössen wie Klicks, Leads, Umsatz (Bestellwert) gibt. Das Trackingsystem von Ringier Advertising ist einzig massgebend dafür. Eine Zähldiskrepanz zwischen dem Trackingsystem von Ringier Advertising und demjenigen des Vertragspartners von bis zu 10% wird bei der Rechnungsstellung nicht beachtet. Bei einer 10 % übersteigenden Diskrepanz wird Ringier Advertising versuchen mit dem Vertragspartner eine Einigung zu finden.

Kann von Ringier Advertising die vereinbarte Leistung aus Umständen, welche der Vertragspartner zu vertreten hat, während der vereinbarten Kampagnenlaufzeit nicht oder nicht in vollem Umfang (d. h. nicht im Umfang von mindestens 80 % der im Vorfeld prognostizierten Medialeistung) erbracht werden,

insbesondere weil Ringier Advertising die Werbemittel nicht rechtzeitig, fehlerhaft, in fehlerhaftem Format oder mit rechtswidrigem Inhalt erhalten hat, ist Ringier Advertising berechtigt, dem Vertragspartner die für die Leistung gemäss Werbeauftrag geschuldete Vergütung vollumfänglich in Rechnung zu stellen.

Kann von Ringier Advertising die vereinbarte Leistung aus Umständen, welche der Vertragspartner nicht zu vertreten hat, während der vereinbarten Kampagnenlaufzeit nicht oder nicht im vollen Umfang (d. h. nicht im Umfang von mindestens 80 % der im Vorfeld prognostizierten Medialeistung) ausgeliefert werden, stellt Ringier Advertising dem Vertragspartner die für die Leistung gemäss Werbeauftrag geschuldete Vergütung anteilmässig reduziert in Rechnung. Dasselbe gilt für jene Fälle, in denen die vereinbarte Leistung aus Umständen, welche Ringier Advertising, nicht aber der Vertragspartner, zu vertreten hat, nicht oder nicht im vollen Umfang ausgeliefert wird.

Jegliche weitergehende Entschädigungen durch Ringier Advertising (z. B. entgangene Provisionen aufgrund von Unterlieferung) sind ausgeschlossen. Dem Vertragspartner stehen keine über die in diesem Abschnitt 5.1 beschriebenen Rechte oder Ansprüche im Zusammenhang mit der Unterlieferung zu.

5.2. Zahlungsfrist / Zahlungsverzug

Die Rechnungen sind jeweils ohne Abzüge, insofern nicht anders vereinbart, und spätestens 30 Tage nach Rechnungsstellung zahlbar und fällig. Bei Zahlungsverzug ist Ringier Advertising berechtigt eine Mahngebühr von Fr. 20.00 für jede Mahnung zu verlangen.

Bei Zahlungsverzug werden dem Vertragspartner die üblichen gesetzlichen Verzugszinsen und die Spesen für das Inkasso in Rechnung gestellt. Beahlt der Vertragspartner trotz Mahnung die Rechnung/en nicht, so ist Ringier Advertising berechtigt, den Werbeauftrag fristlos zu kündigen (Kündigung aus wichtigem Grund gemäss Ziffer 9.6).

Bei Zahlungsverzug ist Ringier Advertising berechtigt, den Werbeauftrag des Vertragspartners per sofort zu stoppen. Der Zahlungsanspruch, auch für diese unterlassenen Leistungen, bleibt dessen ungeachtet bestehen.

5.3. Vorauszahlung / Sicherheitsleistungen

Ungeachtet der Bestimmungen gemäss Ziff. 5.1 behält sich Ringier Advertising das Recht vor, für Werbeaufträge monatlich im Voraus Rechnung zu stellen. Diese Vorausrechnung ist mangels anderweitiger Vereinbarung eine Woche vor der ersten Schaltung des Werbemittels zu begleichen. Bei Nichteinhalten dieser Zahlungsfrist ist Ringier Advertising berechtigt, das geplante Werbemittel ohne Mahnung abzusetzen. Der Vertragspartner bleibt zur vollen Bezahlung der Vertragssumme verpflichtet und haftet auch für allen weiteren Schaden.

Ringier Advertising ist insbesondere in folgenden Fällen berechtigt, weitere Leistungen von Vorauszahlungen oder Sicherheitsleistungen abhängig zu machen:

- Bei Zahlungsverzug des Vertragspartners gemäss Ziff. 5.2;
- Wenn Ringier Advertising von Zahlungsschwierigkeiten des Vertragspartners erfährt bzw. bei Eintritt einer wesentlichen Verschlechterung der wirtschaftlichen Verhältnisse des Vertragspartners.

5.4. Verrechnungsverbot

Der Vertragspartner ist nicht berechtigt, Gegenforderungen gegenüber Ringier Advertising zur Verrechnung zu bringen.

6. Datenschutz

6.1. Allgemeines

Datenschutz und Datensicherheit haben für Ringier Advertising hohe Priorität. Bei der Bearbeitung von Personendaten hält sich Ringier Advertising an die geltende schweizerische Datenschutzgesetzgebung.

Der Vertragspartner sichert Ringier Advertising zu, sich ebenfalls an die anwendbare Datenschutzgesetzgebung zu halten und bestätigt insbesondere, dass sämtliche von ihm zur Verfügung gestellten Personendaten gültig erhoben worden sind und von Ringier Advertising zur Erfüllung des von ihm vergebenen Auftrags verwendet werden dürfen.

Ringier Advertising verpflichtet sich, die Daten des Vertragspartners, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur zur Erfüllung des von diesem vergebenen Auftrags zu verwenden sowie zur Administration der Vertragsbeziehung. Zudem ist Ringier Advertising berechtigt, die Personendaten des Vertragspartners zu Marketingzwecken zu bearbeiten, namentlich für massgeschneiderte Angebote. Der Vertragspartner kann die Verwendung seiner Daten zu Marketingzwecken schriftlich einschränken oder untersagen lassen.

6.2. Auswertung von Zugriffsdaten

Sollte der Werbetreibende respektive die Agentur durch Gewinnspiele im Rahmen eines Werbeauftrages oder durch Verwendung spezieller Techniken, wie z. B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, (Personen-)Daten von Ringier Advertising erhalten oder sonstwie aus der Schaltung von Online-Werbung gewinnen oder sammeln, sichert der Vertragspartner respektive die Agentur zu, dass er respektive sie bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben der Europäischen Datenschutzverordnung (DSGVO) respektive des Schweizerischen Datenschutzgesetzes (DSG) sowie – wo anwendbar – des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) einhalten wird.

7. Geheimhaltung

Ringier Advertising, der Werbetreibende und die Agentur behandeln alle Informationen vertraulich, die weder allgemein bekannt noch allgemein zugänglich sind. Diese Geheimhaltungspflicht gilt, sobald die jeweiligen Parteien Zugang zu vertraulichen Informationen erlangen, ungeachtet des Datums des Vertragsbeginns, und dauert über die Beendigung des Vertrages hinaus. Eine Ausnahme bilden die unter Ziff. 3.4 erwähnten Daten für Werbestatistiken.

8. Gewährleistung und Haftung

8.1. Gewährleistung

Ringier Advertising gewährleistet eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Der Vertragspartner nimmt zur Kenntnis, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen.

Ringier Advertising gewährleistet keine unterbruchs- und störungsfreie Verfügbarkeit der Werbemittel auf den Werbeträgern der Inventareigner.

Ringier Advertising ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Gesetzeskonformität, Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Qualität und/oder Fehlerfreiheit zu überprüfen und übernimmt dafür keine Gewähr.

Ringier Advertising gewährleistet nicht die Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit von Informationen, welche über die Werbeträger der Inventareigner zugänglich sind.

8.2. Direkte und indirekte Schäden

Für absichtlich oder grobfahrlässig verursachte direkte Schäden haftet Ringier Advertising unbegrenzt. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet Ringier Advertising für Personenschäden unbegrenzt, für Sachschäden bis zum Gegenwert der vom Vertragspartner bezogenen Leistung, maximal aber bis zu einem Betrag von CHF 30'000.00 je Schadensereignis.

Die Haftung für indirekten Schaden sowie für entgangene Umsätze und entgangenen Gewinn wird ausgeschlossen. Zwingende gesetzliche Bestimmungen bleiben vorbehalten.

Soweit Ringier Advertising zum Schadensersatz verpflichtet ist, hat Ringier Advertising den Vertragspartner so zu stellen, als ob der Vertrag nicht geschlossen worden wäre (sog. negatives Interesse); Schadensersatz wegen Nichterfüllung ist ausgeschlossen.

8.3. Schäden aus Gründen, die nicht bei Ringier Advertising liegen

Ringier Advertising haftet nicht, wenn die Erbringung der Leistung aufgrund höherer Gewalt zeitweise unterbrochen, ganz oder teilweise beschränkt oder unmöglich ist. Als höhere Gewalt gelten insbesondere auch Stromausfall und Auftreten schädlicher Software (z. B. Virenbefall).

Für Missbrauch durch Dritte (z. B. Hacker, Versender von Computerviren), für Sicherheitsmängel von Fernmeldenetzen und des Internets und für Kosten von allfälligen Supportleistungen des Werbetreibenden bzw. der Agentur oder von durch den Werbetreibenden bzw. die Agentur beauftragte Dritte ist Ringier Advertising auf keinen Fall verantwortlich.

Soweit die Werbemittel nicht auf einem Server von Ringier Advertising liegen sondern durch den Server eines Dritten ausgeliefert werden (sog. Redirect-Verfahren) und der Vertragspartner Ringier Advertising das Werbemittel über Mitteilung der URL des Werbemittels auf dem Server des Vertragspartners bzw. des Dritten bereitstellt, übernimmt Ringier Advertising keine Gewähr und keine Haftung für die Auslieferung

der Daten über das Internet sowie auch nicht bezüglich der sich daraus ergebenden weiteren Risiken wie z. B. fehlerfreie Auslieferung und Beschaffenheit des Werbemittels und die Datensicherheit.

9. Vertragsdauer, Rücktrittsrecht, Terminverschiebung und Kündigung

9.1. Vertragsdauer

Vertragsbeginn und Vertragsdauer ergeben sich aus dem Werbeauftrag.

9.2. Rücktrittsrecht / Stornierung

Ein Rücktritt seitens des Werbetreibenden bzw. der Agentur ist grundsätzlich ausgeschlossen. Ringier Advertising kann jedoch nach eigenem Ermessen in einzelnen begründeten Fällen dem Werbetreibenden bzw. der Agentur ein solches Rücktrittsrecht einräumen. Die Stornierung bedarf der Schriftform (E-Mail genügt) und muss eine nachvollziehbare Begründung der Stornierung enthalten. Eine telefonische oder mündliche Stornierung ist nicht möglich. Hält Ringier Advertising den Rücktritt hingegen für unbegründet, wird ein solcher zu keinem Zeitpunkt gewährt. Wird dem Werbetreibenden bzw. der Agentur ausnahmsweise von Ringier Advertising ein Rücktrittsrecht gewährt, ist der Rücktritt bis spätestens 11 Arbeitstage vor dem vereinbarten Aufschalttermin kostenfrei möglich. Innerhalb der letzten 10 Arbeitstage vor dem vereinbarten Kampagnenstart ist das von Ringier Advertising eingeräumte Rücktrittsrecht des Vertragspartners nur gegen eine prozentuale Entschädigung (Konventionalstrafe) gemessen am Netto/Nettowert des jeweiligen Werbeauftrags möglich:

- zwischen 10 und 6 Arbeitstagen: 25 %
- zwischen 5 und 3 Arbeitstagen: 50 %
- weniger als 3 Arbeitstage vor Kampagnenstart: 100 %
- nach erfolgter Aufschaltung: 100 %

9.3. Terminverschiebung

Die schriftliche Verschiebung eines vereinbarten Aufschaltzeitpunkts ist nur bis 11 Arbeitstage vor dem zunächst vereinbarten Aufschalttermin möglich und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten.

9.4. Beendigung befristeter Verträge

Bei einer im Werbeauftrag eindeutig fixierten Laufzeit endet der Vertrag automatisch am Ende der vereinbarten Laufzeit.

9.5. Kündigung von Verträgen mit Mindestvertragsdauer oder Verträgen mit unbestimmter Laufzeit

Mangels anderweitiger Vereinbarung kann der Vertrag bei einer im Werbeauftrag festgelegten Mindestvertragsdauer von jeder Partei mit einer Kündigungsfrist von 30 Tagen auf das Ende der Mindestvertragsdauer schriftlich gekündigt werden. Wird der Vertrag nicht per Ende der Mindestvertragsdauer gekündigt, so verlängert er sich automatisch auf unbestimmte Zeit und kann mit einer Kündigungsfrist von 60 Tagen auf das Ende jeden Monats schriftlich gekündigt werden. Dasselbe

gilt auch für Verträge mit unbestimmter Laufzeit ohne Mindestvertragsdauer.

9.6. Kündigung aus wichtigem Grund

Eine fristlose Kündigung seitens Ringier Advertising aus wichtigem Grund bleibt in jedem Fall vorbehalten. Wichtige Gründe sind insbesondere, aber nicht abschliessend:

- Zahlungsverzug des Vertragspartners gemäss Ziffer 5.2;
- Ein Verstoss gegen die vorliegenden AGB oder andere Verhaltensregeln
- Falls der Vertragspartner Dienstleistungen von Ringier Advertising zu rechtswidrigen oder unsittlichen Zwecken missbraucht.

Im Falle einer fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund ist Ringier Advertising berechtigt, mit sofortiger Wirkung die Schaltung der Werbemittel auszusetzen. Schadenersatz und weitere Ansprüche bleiben vorbehalten.

Im Falle einer fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund hat der Vertragspartner, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen allenfalls gewährten Volumenrabatten und dem Rabatt, wie er sich nach erfolgter Kündigung bezogen auf das tatsächlich bezogene Volumen errechnet, an Ringier Advertising zu erstatten.

10. Änderungen

10.1. Anpassung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Ringier Advertising ist berechtigt, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen jederzeit zu ändern oder anzupassen. Ringier Advertising informiert die Vertragspartner mindestens 30 Tage vor Inkrafttreten der neuen Allgemeinen Geschäftsbedingungen über die Änderungen.

10.2. Preisänderungen

Ringier Advertising steht es frei, Preisänderungen vorzunehmen und ihre Werbepplätze jederzeit zu ändern sowie ganz oder teilweise aus dem Angebot zu entfernen.

Preisänderungen gegenüber den publizierten Tarifen sind jederzeit möglich. Für rechtsverbindlich zustande gekommene Werbeaufträge sind die Preisänderungen nicht wirksam. Preisanpassungen infolge Änderung der Abgabesätze (z. B. Erhöhung der Mehrwertsteuer) gelten nicht als Preiserhöhungen.

Eine Weiterentwicklung eines Werbepplatzes oder eine angemessene Anpassung eines Werbemittels aus sachlichen Gründen gilt nicht als Vertragsänderung. Die Angemessenheit einer Weiterentwicklung bzw. Anpassung – z. B. im Rahmen einer Umgestaltung eines Werbeträgers – wird vermutet.

11. Schriftlichkeit

Änderungen und Ergänzungen des Vertragsverhältnisses einschliesslich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform. Als Schriftform anerkannt wird neben der eigenhändigen Unterschrift auch die fortgeschrittene Unterschrift in elektronischer Form ("FES") über Skribble oder einen anderen e-Signatur-Anbieter. Gleiches gilt für den Verzicht auf dieses Schriftformerfordernis.

12. Salvatorische Klausel

Sollten einzelne oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder unwirksam werden, so wird hiervon die Wirksamkeit aller sonstigen Bestimmungen oder Vereinbarungen im Zweifel nicht berührt. Anstelle von unwirksamen Bestimmungen soll vielmehr eine Regelung gelten, die in rechtlich zulässiger Weise dem wirtschaftlichen Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt. Gleiches gilt bei Auftreten ausfüllungsbedürftiger Lücken.

13. Übertragung an Dritte

Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag können nur mit schriftlicher Zustimmung der anderen Partei auf einen Dritten übertragen werden. Ausgenommen von der Zustimmungserfordernis ist die Übertragung des gesamten Vertrags an einen Rechtsnachfolger und/oder innerhalb des Konzerns. Eine solche Übertragung ist der anderen Partei schriftlich mitzuteilen.

14. Anwendbares Recht und Gerichtsstand

Das Vertragsverhältnis unterliegt schweizerischem Recht unter Ausschluss des Bundesgesetzes über das Internationale Privatrecht (IPRG) und des UN-Kaufrechtsübereinkommens (Wiener Kaufrecht).

Ausschliesslicher Gerichtsstand ist Zürich (Schweiz).