

INSERTIONSBESTIMMUNGEN

Allgemeine Geschäftsbedingungen betreffend die vertraglichen Beziehungen zwischen Inserenten und NZZ Media Solutions AG

1. Anwendungsbereich

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen regeln die vertraglichen Beziehungen (Insertionsvertrag Print und Online) zwischen der NZZ Media Solutions AG ("NZZ") und einem Inserenten ("Inserent").

Der Insertionsvertrag beinhaltet insbesondere die Publikation (Einzelaufträge, Wiederholungsaufträge und Mengenabschlüsse) von Inseraten, Werbebeilagen, Anzeigen, Reklamen, Online-/Mobile-Werbung, Beiheftern, sonstige Werbemittel oder andere bezahlte Veröffentlichungen ("Inserate") durch NZZ, inkl. oder exkl. Beratung, Kreation von Inseraten im DTP-Verfahren, Erstellung von Mediaplänen oder administrativen Dienstleistungen.

Diese Geschäftsbedingungen werden mit Vertragsschluss Bestandteil des Insertionsvertrages. Gleichzeitig verzichtet der Inserent auf die Anwendung seiner eigenen Geschäftsbedingungen, selbst wenn diese ausschliessliche Geltung beanspruchen sollten.

2. Vertragsabwicklung

2.1. Vertragsabschluss

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

Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag nur zustande durch das schriftliche Angebot zum Vertragsschluss durch den Inserenten 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 NZZ durch schriftliche Auftragsbestätigung, E-Mail oder durch die erfolgende Verbreitung der Werbung. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen sind rechtlich unverbindlich. Werbe-, Media-, PR-, DM- und Webagenturen handeln im Namen und auf Rechnung des Kunden. Vertragspartner ist in jedem Fall der Kunde. Die NZZ nimmt die Aufträge von Agenturen nur für namentlich bezeichnete Kunden an. Die NZZ ist berechtigt, von Agenturen eine Handlungsvollmacht des Kunden zu verlangen. Ein von einer Agentur vertretener Kunde kann sich gegenüber der NZZ nur durch Zahlung an die NZZ von seiner Zahlungsverpflichtung befreien.

NZZ-Produkte erscheinen in deutscher Sprache. Alle Anzeigentexte veröffentlichen wir indessen ohne anderslautende Vorschrift im Originaltext des Manuskriptes; diese werden nicht automatisch übersetzt. Texte können gegen Verrechnung der Kosten an den Inserenten von einem spezialisierten Büro übersetzt werden. Für allfällige Fehler übernimmt die NZZ keine Haftung.

2.2. Anzahl Werbemittel und Insertionsfrist

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.

Werden mehrere Werbemittel für eine Buchung geliefert, lässt NZZ diese standardmässig rotieren, es sei denn der Inserent hat NZZ in einem Motivplan aufgegeben, wann welches Werbemittel zu schalten ist.

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 Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wurde. Wird die Einjahresfrist von Satz 1 oder Satz 2 nicht eingehalten, so ist der Inserent verpflichtet, NZZ den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten, vorbehaltlich weiterer Rechtspflichten.

2.3. Buchungskonditionen

Ein Vertragsschluss für Online-Werbung erfolgt i.d.R. unter folgenden Buchungskonditionen; Abweichungen können im Einzelfall mit NZZ schriftlich vereinbart werden:

- das Mindestbuchungsvolumen beträgt 2'500 Franken pro Auftrag;
- Buchungsschluss ist 3 bzw. 5 Werktage (bei Sonderwerbformen) bis 14:00 Uhr vor Erscheinen des Werbemittels.

Die restlichen Buchungskonditionen für Online-Werbung richten sich nach den Angaben auf den Websites www.nzznetz.ch, www.ostjob.ch, www.zentraljob.ch sowie www.jobs.nzz.ch.

Die Buchungskonditionen für Printwerbung richten sich nach den Angaben auf der Website www.nzzmediasolutions.ch.

2.4. Bereitstellung der Werbemittel

Für digitale Werbung ist der Inserent zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel (Banner, Ziel-URL, TAG) gemäss Spezifikationen (abrufbar unter www.nzznetz.ch) bis spätestens ein Werktag vor dem vereinbarten ersten Schaltungstermin bis 14:00 Uhr an NZZ per E-Mail an die Adresse admanagement@nzz.ch verpflichtet. Für Sonderwerbformen gilt eine Frist von drei Werktagen, ebenfalls bis 14:00 Uhr an die zuvor genannte E-Mail-Adresse.

Für Werbemittel welche nicht den Spezifikationen entsprechen, fordert NZZ Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemässer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglichem Werbemittelaustausch wird keine Gewähr für die vereinbarte Schaltung des Werbemittels übernommen

Will der Inserent nach Ablauf der vorstehenden Fristen Werbemittel austauschen oder verändern oder von einem evtl. bestehenden Schaltplan abweichen, wird NZZ prüfen, ob diese Änderungen bzgl. des ursprünglich vereinbarten Auftrags noch vorgenommen werden kann. Ist dies nicht der Fall, verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

Für Printwerbung gelten die Bestimmungen auf der unter Ziff. 2.3. genannten Website sowie die Bestimmungen unter dieser Ziff. 2.4. entsprechend.

2.5. Preise

Für Publikation gelten die jeweils gültigen Insertionstarife, Rabatte, Spezialangebote, Sonderwerbformen, Targeting-Preise, technischen Details sowie Skonti, zuzüglich MWST.

Für Beratungs-, Kurations-, Planungs- oder administrativer Dienstleistungen der NZZ gelten deren jeweils gültige Dienstleistungstarife, zuzüglich MWST. Für Buchungen mit den myP-Buchungstools gelten die jeweils in den myP-Buchungstools hinterlegten Dienstleistungstarife, zuzüglich MWST.

Alle massgebenden Konditionen können auf Anfrage kostenlos zugesandt werden und sind auf den unter Ziff. 2.3. genannten Websites jederzeit abrufbar. NZZ behält sich eine Änderung der Konditionen jederzeit vor.

Tarif- und Rabattänderungen treten sofort in Kraft und haben für sämtliche ab Inkrafttreten neu abgeschlossenen Aufträge Geltung. Einzig auf bereits bestehende Aufträge finden die geänderten Tarife und Rabatte keine Anwendung.

Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten von NZZ zu halten.

Bei Printwerbung ist für die Rechnungsstellung die in der betreffenden Zeitung gemessene Grösse von Trennlinie zu Trennlinie massgeblich. Bei Vollvorlagen und Rahmeninseraten können, abhängig von der Tarifgestaltung des einzelnen Titels, zur Abdruckhöhe 2 mm dazugerechnet werden. Mehrmals erscheinende Inserate mit gleicher Vorlage oder gleichem Text werden alle mit der Grösse des ersterschienenen Inserates in Rechnung gestellt.

2.6. Rabatte

Rabatte werden nur auf die reinen Media-Schaltungen gewährt; anfallende Sonderkosten, z.B. bei Änderungen des Werbemittels, sind davon ausgenommen. Je nach Vereinbarung sind unterschiedliche Rabatte zulässig.

Für den Bezug von bestimmten Insertionsvolumen (nachfolgend Volumen) während eines bestimmten Zeitraums (Mengenabschluss) können die Insertionstarife Mengenrabatte vorsehen. Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum übertroffen und dadurch eine höhere Rabattstufe erreicht, wird nach Ablauf des Abschlusses rückwirkend der höhere Rabatt vergütet. Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum nicht erreicht, wird der zu viel bezogene Rabatt nachbelastet. Die nicht bezogenen Volumen können nicht übertragen werden.

Für Inserate, die an zum Voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen (Wiederholungsaufträge), können die Insertionstarife Wiederholungsrabatte vorsehen. Die Inserate müssen grundsätzlich unverändert erscheinen; einzig bei Vollvorlagen können in der Regel die Sujets gewechselt werden. Rückwirkend wird ein höherer Rabatt gewährt, sofern der Wiederholungsauftrag vor Erscheinen des letzten Inserates unter den gleichen Voraussetzungen erweitert und damit eine höhere Stufe erreicht wird.

Für jedes Insertionsorgan muss ein separater Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag vereinbart werden. Der Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag kann nur von einem einzelnen, rechtlich selbständigen Inserenten getätigt werden.

Die Laufdauer des Mengenabschlusses bzw. Wiederholungsauftrages beträgt 12 Monate. Beginnt er bis und mit dem 15. eines Monats, so dauert er bis Ende Vormonat des folgenden Jahres; beginnt er zwischen dem 16. und dem Ende eines Monats, so läuft er bis Ende des laufenden Monats des folgenden Jahres.

Die Rabattgewährung erfolgt durch Gutschrift in entsprechender Höhe. Eine Barauszahlung erfolgt nur, wenn nach einem Zeitraum von mindestens drei Monaten keine weiteren Aufträge an NZZ erteilt werden.

Wenn ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt wird, die NZZ nicht zu vertreten hat, hat der Inserent nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

2.7. Zusätzliche Kosten

Ausserordentliche Aufwendungen der NZZ oder der Verlage, welche nicht in den Insertions- oder Dienstleistungstarifen enthalten sind, können zusätzlich in Rechnung gestellt werden, zuzüglich MWST. Als solche gelten beispielsweise Probeabzüge, aufwändige Bearbeitungen von Voll-Druckmaterial oder Korrektoratsarbeiten.

2.8. Terminverschiebungen

Die schriftliche Verschiebung eines vereinbarten Werbeaufschaltungs-Zeitpunktes richtet sich nach den Bestimmungen, welche auf den unter Ziff. 2.3. erwähnten Websites aufgeführt sind. Verschiebungen stehen immer unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten.

2.9. Stornierung

Die Stornierung bedarf der Schriftform. Eine fernmündliche oder mündliche Stornierung ist nicht möglich. Bei Stornierungen kann NZZ die folgenden Kosten verrechnen:

- Stornierung einer bestätigten Kampagne, 25% der Kosten können verrechnet werden;
- Stornierung bis 7 Tage vor Start der Kampagne, 50% der Kosten können verrechnet werden;
- Stornierung einer laufenden Kampagne, 100% der Kosten können verrechnet werden.

2.10. Zahlungskonditionen

Rechnungen sind am Erscheinungstag des Werbemittels fällig und innerhalb von 30 Tagen zu begleichen. Es wird grundsätzlich kein Skonto gewährt. Bankverbindung: CHF-Firmenkonto Nr.: 0835-1664183-81, IBAN-Nr.: CH11 0483 5166 4183 8100 0, SWIFT: CRESCHZZ80A, BC-Nummer: 4835, Bank: Credit Suisse AG, Paradeplatz 8, 8070 Zürich.

Bei Zahlungsverzug kann die NZZ für die 1. Mahnung ein Verzugszins von 5% sowie eine Bearbeitungsgebühr von CHF 30, für die 2. Mahnung ein Verzugszins von 10% sowie eine Bearbeitungsgebühr von CHF 50 verrechnen.

NZZ 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 Inserenten berechtigen NZZ, 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.

Bei Betreuung, Nachlassstundung oder Konkurs entfallen Rabatte, Vermittler- oder Beraterkommissionen.

2.11. Zahlungsart bei Buchungen mittels myP-Buchungstools

Für Buchungen mit den myP-Buchungstools erfolgt die Bezahlung vor Buchungsabschluss online mittels Kreditkarte oder PostFinance Card. Unternehmen mit einer UID-Nummer können einen Antrag auf Bezahlung gegen Rechnung stellen. Nach erfolgter Bonitätsprüfung erhält der Inserent einen passwortgeschützten Zugang zum betreffenden myP-Buchungstool. Die Bewilligung zur Bezahlung gegen Rechnung kann die NZZ jederzeit wieder entziehen. Sie behält sich vor, den Inserenten periodisch neue Passwörter zuzuteilen. Rechnungen können ausschliesslich über Online-Banking bezahlt werden.

2.12. Ausserordentliches Kündigungsrecht der NZZ

NZZ ist zur schriftlichen ausserordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Kunde seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, der Kunde gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstösst oder der Kunde ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot von NZZ zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt. Ebenfalls kann die NZZ ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten, wenn ein Insertionsorgan während der Vertragsdauer sein Erscheinen einstellt.

Im Falle der ausserordentlichen Kündigung kann NZZ mit sofortiger Wirkung die Schaltung der Werbemittel absetzen. Geschuldete Vergütungen für bereits erfolgte Leistungen der NZZ bleiben bestehen. Weitere Ansprüche bleiben vorbehalten.

Es werden keine Rabattnachbelastungen, aber es können Vergütungen vorgenommen werden, sofern zum Zeitpunkt der Vertragsauflösung eine höhere Rabattstufe erreicht wurde.

3. Chiffreinserate

Die NZZ verpflichtet sich zur Wahrung des Chiffregeheimnisses. Vorbehalten bleiben namentlich folgende Fälle: Die NZZ kann in begründeten Fällen – Justiz- oder Verwaltungsbehörden sowie Personen, die einem Chiffre-Inserenten ihre Personendaten mitgeteilt haben und im Nachhinein wegen nicht zurückgesandter Unterlagen ihr Auskunftsrecht wahrnehmen wollen – die Identität des Chiffre-Inserenten bekanntgeben.

Die NZZ braucht insbesondere Werbesendungen, Vermittlungs- und anonyme Angebote nicht an den Chiffreinserenten weiterzuleiten. Zu diesem Zweck kann sie eingehende Angebote öffnen und überprüfen.

Für Chiffreinserate wird pro Auftrag eine Gebühr erhoben. Ausserordentliche Aufwendungen werden zusätzlich in Rechnung gestellt.

Die Verantwortung für die Rücksendung von Dokumenten obliegt dem Chiffreinserenten.

4. Druck- und Datenmaterial

NZZ übernimmt für das gelieferte Werbemittel sowie weiterer Materialien keine Verantwortung und ist nicht verpflichtet, diese an den Inserenten zurückzuliefern. NZZ ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Werbemittel zeitlich unbegrenzt zu archivieren. Ohne ausdrückliche Vereinbarung ist der Verlag bzw. die NZZ für sämtliches herkömmlich oder digital geliefertes Druck- und Datenmaterial (Reinzeichnungen, Filme, Fotos usw.) weder aufbewahrungs- noch rückgabepflichtig.

5. Verlegerrechte

5.1. Ablehnungsbefugnis

Die Verlage behalten sich vor, Änderungen der Inserateinhalte zu verlangen oder Inserate ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Davon umfasst sind auch Verlinkungen. Die Zurückweisung wird dem Inserent mitgeteilt. Der Inserent ist berechtigt, der NZZ eine geänderte Version des zu schaltenden Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, zu übermitteln.

Geht dieser Ersatz bzw. die neue Adresse, nicht mehr rechtzeitig für die Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Insertionstermines bei NZZ ein, behält NZZ den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung auch dann, wenn die Schaltung des Werbemittels nicht erfolgt.

5.2. Unterbrechung der Werbemittelschaltung

Die Verlage sind berechtigt, die Schaltung eines 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 Inserent wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmässigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. NZZ kann dem Inserent anbieten, das Werbemittel durch ein alternatives Werbemittel und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem Inserenten nach Nachweis durch NZZ in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt NZZ. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

5.3. Zurückziehen der Werbemittelschaltung

Die Verlage sind insbesondere berechtigt, ein bereits veröffentlichtes Werbemittel gänzlich zurückzuziehen, wenn der Inserent 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 Inserenten keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis zu, wobei NZZ ihren vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

Die Verlage sind 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 NZZ widerspricht. In diesem Fall hat NZZ keinen Anspruch auf Vergütung und der Inserent ist berechtigt, von dem Vertrag zurückzutreten. Weitere Ansprüche des Auftraggebers, insbesondere auf Schadensersatz, bestehen nicht.

5.4. Weitere Bestimmungen

Die Verlage können aus technischen Gründen für bestimmte Daten vorgeschriebene, aber dem Inhalt nach nicht unbedingt termingebundene Inserate ohne vorherige Benachrichtigung um eine Ausgabe vor- oder zurückverschieben.

Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung als solche nicht erkennbar sind, müssen mit dem vollen Firmennamen unterzeichnet sein und werden vom Verlag durch die Überschrift «Anzeige» kenntlich gemacht. Die redaktionelle Freiheit und Unabhängigkeit liegt ausschliesslich und vollumfänglich bei den Verlagen.

Die Verlage können über die Platzierung der Inserate bestimmen. Platzierungswünsche des Auftraggebers können nur unverbindlich entgegengenommen werden. Für eingehaltene Platzierungsvorschriften wird der festgelegte Preis erhoben.

Veröffentlichungen im Textteil können bei Aufgabe von Anzeigen nicht zur Bedingung gemacht werden. Allfällige Publikationen im Textteil, welche Interessen von Inserenten verletzen, berechtigen zu keinerlei Ansprüchen gegenüber NZZ.

Aufträge für Werbebeilagen und Beihefter sind für die Verlage erst nach Genehmigung eines Musters bindend.

6. Gewährleistung und Haftung der NZZ

6.1. Allgemein

NZZ gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine, dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Unwesentliche Fehler, insbesondere unwesentliche Beeinträchtigungen der Wiedergabe, sind von der Gewährleistung ausgeschlossen.

Dem Inserenten ist zudem bekannt, dass es insbesondere bei Online-Buchungen nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen. Kein Fehler in der Darstellung der Werbemittel und damit kein Fall der Gewährleistung liegt insbesondere dann vor, wenn der Fehler hervorgerufen wird durch Mängel des Rechners/Servers des Inserenten oder eines Dritten, durch Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienstleisters, durch IT-Sicherheitseinstellungen oder andere beschränkende Einstellungen (z.B. Ad-Blocker) oder durch Störung der Kommunikationsnetze.

Keine Gewährleistungsrechte bestehen bei telefonisch erteilten Aufträgen, bei fehlerhaften digitalen Übermittlungen von Inseraten zu NZZ, bei Fehlern infolge von Übersetzungen fremdsprachiger Vorlagen, bei zeitlichen Verschiebungen von Inseraten durch die Verlage, bei nichteingehaltenen Platzierungsvorschriften, bei ungeeigneten Vorlagen, bei nicht signifikanten Passerdifferenzen und bei Abweichungen in der Farbe oder von typografischen Vorschriften sowie bei fehlenden Codebezeichnungen.

Ausserhalb seines Herrschaftsbereiches trägt NZZ 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 NZZ.

Weder NZZ noch die Verlage sind verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernehmen dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr und/oder die Haftung.

Der Inserent hat das geschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Reklamationen wegen fehlerhaften Erscheinens oder Nichterscheinens oder sonstigen Mängeln sind innerhalb von 3 Tagen nach Publikation bei NZZ anzubringen. Danach gilt die Schaltung des Werbemittels als genehmigt.

Sollte bei einer Online-Buchung ein Ad-Server über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung ausfallen, wird NZZ versuchen, den Ausfall an Medialeistung (Pls) nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Inserenten nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Inserenten für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

Soweit NZZ dies gewährleistet, hat der Inserent bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels Anspruch auf Verlängerung des Insertionszeitraumes oder auf Schaltung eines Ersatzwerbemittels. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Verlängerung des Insertionszeitraumes bzw. der Schaltung eines Ersatzwerbemittels hat der Inserent ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages in Bezug auf den Anteil, der noch nicht erbrachten Medialeistung; weitere Rechte sind ausgeschlossen.

Sämtliche weitergehenden Ansprüche wegen fehlerhaften Erscheinens, Nichterscheinens oder aus anderen Gründen sind ausgeschlossen. Anderslautende Bedingungen in der Bestellung sind ungültig. Abgesehen von oben beschriebener Gewährleistung schliesst NZZ soweit gesetzlich zulässig ausdrücklich jede Gewährleistung aus. Zudem ist die Haftung der NZZ für sämtliche Schäden, inklusive indirekte Schäden und Mängelfolgeschäden (wie entgangener Gewinn, Produktionsausfall oder Datenverluste etc.), soweit gesetzlich zulässig, ausgeschlossen. In jedem Fall haftet NZZ höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die NZZ für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

6.2. MyP-Buchungstools

Die NZZ kann die ununterbrochene und jederzeitige Verfügbarkeit der myP-Buchungstools nicht garantieren, da dieser Dienst teilweise auf Informatik-Systemen beruht, deren Betrieb nicht in ihrem

Verantwortungsbereich liegt (Telekommunikationsnetze u.a.). Die NZZ haftet nicht für Datenverlust bei Datenübermittlung.

Soweit in ihrem Verantwortungsbereich liegend bemüht sich die NZZ, den Betrieb der Informatik-Systeme (Server u.a.), über welche die Daten veröffentlicht und die Inseratedispositionen verarbeitet werden, stabil zu halten. Sollten diese dennoch Funktionsstörungen aufweisen, ist die NZZ bemüht, solche so schnell wie möglich zu beheben oder zumindest zu minimieren. Sollte der Inserent, trotz dieser Bemühungen, aus Funktionsstörungen oder aus ähnlichen Gründen direkte oder indirekte Schäden erleiden, so ist eine Haftung der NZZ ausgeschlossen.

Die NZZ kann die korrekte Verarbeitung von Inseratedispositionen durch die myPBuchungstools nicht garantieren, da die zugrundeliegenden Parameter (Erscheinungsrhythmus, etc.) ohne ihr Wissen durch die dazu berechtigten Verlage kurzfristig geändert werden können. Soweit in ihrem Verantwortungsbereich liegend bemüht sich die NZZ um die korrekte Verarbeitung der Inseratedispositionen. Sollte der Inserent trotz dieser Bemühungen aus falsch verarbeiteten Inseratedispositionen direkte oder indirekte Schäden erleiden, so ist die Haftung der NZZ ausgeschlossen.

7. Gewährleistung und Haftung des Inserenten

Der Inserent ist für den Inhalt der Inserate verantwortlich. Der Inserent erklärt, die gesetzlichen Bestimmungen, guten Sitten, Vorschriften des avisierten Medienanbieters und Branchenregeln einzuhalten und dafür der NZZ und dem Verlag verantwortlich zu sein. Der Inserent gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Inserent stellt NZZ und die Verlage sowie deren Organe und Hilfspersonen auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Er ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit Ansprüchen Dritter oder in sonstigen Verfahren anfallende, gerichtlichen oder aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen. Der Inserent ist verpflichtet, NZZ nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechteverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. NZZ wird den Inserenten über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter informieren.

Der Inserent haftet für alle Folgen und Nachteile, die NZZ durch die missbräuchliche oder rechtswidrige Verwendung der Dienste oder dadurch entstehen, dass der Inserent seinen sonstigen Obliegenheiten nach diesen AGB nicht nachkommt. Der Inserent stellt NZZ von jeglichen Ansprüchen oder Forderungen Dritter auf erstes Anfordern frei, die diese wegen Verletzung von Rechten durch den Inserent geltend machen, einschliesslich angemessener Rechtsverfolgungs- und Anwaltskosten. Ferner verpflichtet sich der AG, NZZ bei der Abwehr solcher Ansprüche zu unterstützen.

Die NZZ kann für die vereinbarten und verbindlich gebuchten Werbemittel die geschuldete Vergütung dem Kunden vollständig in Rechnung stellen, wenn die Werbemittel aus Umständen, die der Kunde zu vertreten hat, nicht geschaltet werden können. Dies gilt insbesondere, wenn die Werbemittel der NZZ nicht rechtzeitig, fehlerhaft oder falsch gekennzeichnet zur Verfügung gestellt oder nachträglich abgeändert wurden. Allfällig entstandene Zusatzkosten für die NZZ oder den Medienanbieter können dem Kunden ebenfalls in Rechnung gestellt werden.

Der Inserent haftet zudem für die sorgfältige Aufbewahrung seines Passwortes des myP-Buchungstools. Die Weitergabe des Passwortes bzw. die Nutzung der myP-Buchungstools durch Dritte ausserhalb des Geschäftsbetriebs des Inserenten oder durch Personen, die aus dem Geschäftsbetrieb ausgeschieden sind, gilt als missbräuchliche Verwendung. Bei missbräuchlicher Verwendung hat die NZZ das Recht, das oder die Passwörter des Inserenten und seiner Nutzer mit sofortiger Wirkung zu entziehen.

8. Gegendarstellungsrecht

Bei einem Gegendarstellungsbegehren (Art. 28ff. ZGB) gegenüber Inseraten informiert der Verlag bzw. NZZ den Inserenten über den Eingang des Begehrens und bespricht mit ihm das Eintreten auf das Begehren bzw. seine Gutheissung oder Abweisung sowie das Vorgehen bei einer allfälligen Publikation und den damit zusammenhängenden Modalitäten. Der Entscheid über die Aufnahme dieser Gegendarstellung durch eine Drittperson obliegt ausschliesslich dem Verlag oder gegebenenfalls dem Gericht. In beiden Fällen verpflichtet sich der Inserent, der die Tatsachenbehauptung veranlasst hat, die durch die Ausübung des Gegendarstellungsrechts anfallenden Kosten zu tragen.

9. Rechteeinräumung

9.1. Allgemein

Der Inserent überträgt NZZ sämtliche für die Nutzung der Werbung 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 insbesondere zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

Der Inserent erklärt insbesondere sein Einverständnis, dass die NZZ die Inserate in eigene oder fremde elektronische Datenbanken einspeisen, speichern sowie abrufen und zu diesem Zweck bearbeiten kann. Die nicht autorisierte und ohne gewichtige Eigenleistung erfolgende Bearbeitung und Verwertung von abgedruckten oder in elektronische Datenbanken eingespiessenen Inseraten durch Dritte ist unzulässig und wird vom Inserenten untersagt. Dieser überträgt der NZZ insbesondere das Recht, nach Rücksprache mit dem Verlag mit geeigneten Mitteln dagegen vorzugehen.

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

9.2. Geistiges Eigentum an von NZZ kreierten Inseraten

Der Inserent anerkennt das geistige Eigentum, insbesondere das Urheberrecht, der NZZ an allen von ihr selber kreierten Inseraten mit individuellem Charakter (z.B. DTP-Verfahren). Soweit der Inserent seinen vertraglichen Verpflichtungen gegenüber der NZZ nachkommt, ist ihm die Nutzung des geistigen Eigentums im Rahmen des ursprünglichen Verwendungszweckes erlaubt.

10. Datenschutz

10.1. Allgemein

Im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen von NZZ, insbesondere bei der Auftragserteilung und -bearbeitung, werden personenbezogene Daten erhoben.

Die NZZ erhebt Personendaten zur Abwicklung des eingegangenen Vertragsverhältnisses, zum Zweck, den der Inserent angegeben hat oder aus diesen AGB ersichtlich ist sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung. Ferner ist NZZ berechtigt, auf die Daten zur Erhaltung der Betriebsfähigkeit zuzugreifen. Zudem ist NZZ berechtigt, die Daten konzernintern weiterzugeben sowie zu Marketing- und Werbezwecken zu nutzen.

Der Inserent nimmt zur Kenntnis, dass Personendaten in eingespiessenen Datenbanken auch in Staaten abrufbar sind, die keine mit der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen, und somit die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit seiner Personendaten nicht garantiert ist.

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

Der Inserent kann auf schriftliche Vorankündigung (30 Tage) die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten, unentgeltlich bei NZZ einsehen. Dazu kann der Inserent schriftlich eine Anfrage an NZZ stellen.

10.2. MyP-Buchungstools

Der Inserent willigt ein, dass seine bei der Registrierung erfassten Daten gespeichert und zum Betrieb der myP-Buchungstools genutzt werden dürfen. Die NZZ wird mit den Daten im Einklang mit den Bestimmungen des schweizerischen Datenschutzgesetzes verfahren.

Registrierte Inserenten können ihre eigenen Benutzerinformationen und bisherigen Aufträge jederzeit im passwortgeschützten Bereich der myP-Buchungstools nach Anmeldung einsehen, bearbeiten und löschen.

Die für die Geschäftsabwicklung notwendigen Daten werden unter Beachtung der geltenden Datenschutzbestimmungen gespeichert und bei der Bestellabwicklung gegebenenfalls an verbundene Unternehmen sowie Dritte zur Bestellabwicklung eingeschaltete Unternehmen weitergegeben.

Ohne anders lautende Weisung des Inserenten ist die NZZ befugt, das Konto des Inserenten und seinen Inhalt 12 Monate nach der letzten Registrierung zu löschen.

11. Schlussbestimmungen

Alle Informationen, Einwilligungen, Mitteilungen oder Anfragen nach diesen AGBs sowie Änderungen oder Ergänzungen dieser AGBs 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.

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

Auf den Insertionsvertrag findet ausschliesslich SCHWEIZER RECHT Anwendung. Das Wiener Kaufrecht (CISG) wird ausgeschlossen. AUSSCHLIESSLICHER RICHTSSTAND IST ZÜRICH.

Die vorliegenden Geschäftsbedingungen treten am 1.1.2015 in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen. Die NZZ behält sich ausdrücklich das Recht vor, die vorliegenden Geschäftsbedingungen jederzeit zu ändern. Die jeweils aktuelle und damit gültige Version findet sich auf der Website www.nzzmediasolutions.ch.