

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Zeitverlages für 360-Grad-Kooperationen

Stand 1.10.2019

1. Geltungsbereich

1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen - nachfolgend „AGB“ genannt - gelten für die Durchführung von 360-Grad-Kooperationen zwischen der Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG - nachfolgend „Zeitverlag“ genannt - und Unternehmern sowie juristischen Personen des privaten und öffentlichen Rechts - nachfolgend „Auftraggeber“ genannt.

1.2 Der Zeitverlag bietet im Rahmen von 360-Grad-Kooperationen umfassende Werbe- und Kommunikationsleistungen an, die vom Zeitverlag und seinen jeweils spezialisierten Tochterfirmen Tempus Corporate GmbH, Convent Gesellschaft für Kongresse und Veranstaltungsmanagement mbH (Convent.de); ZEIT Akademie GmbH, im Rahmen der ZEIT-Verlagsgruppe erbracht werden. Die generellen Bestimmungen zur Durchführung von 360-Grad-Kooperationen werden in den Ziffern 1. und 2. dieser AGB beschrieben. Die Ziff. 3. ff. der AGB beziehen sich auf besondere Regelungen für

- die Schaltung von gedruckten und digitalen Anzeigen und Beilagen (Ziff. 3 AGB)
- die Herstellung von Content Marketing-Produkten wie z.B. Magazinen, Microsites, Contents-Hubs, Video, Podcasts und Social Media (Ziff. 4 AGB)
- die Durchführung von Veranstaltungen (Ziff. 5 AGB)
- die Gestaltung von Sponsoringvereinbarungen (Ziff. 6 AGB)

1.3 Entgegenstehende AGB des Auftraggebers werden nicht anerkannt, sofern nicht im Einzelfall abweichend in Schriftform etwas anderes vereinbart wurde.

1.4 Individuelle Vereinbarungen haben Vorrang vor den AGB, die besonderen Regelungen dieser AGB in den Ziff. 3 ff. haben Vorrang vor den allgemeinen Regelungen in Ziff. 2 dieser AGB.

1.5 Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit über <http://studio.zeit.de/> einsehen, ausdrucken und eine Kopie speichern.

2. Generelle Bedingungen zur Durchführung einer 360-Grad-Kooperation

2.1 Beauftragung

Der Vertrag zwischen Zeitverlag und Auftraggeber kommt dadurch zustande, dass der Auftraggeber das schriftliche Angebot vom Zeitverlag innerhalb der Angebotsfrist annimmt. Die Annahme des Angebotes unterliegt keiner besonderen Form. Der Zeitverlag kann aber eine Bestätigung der Annahme in Text- oder Schriftform verlangen. Soweit im Angebot nicht abweichend geregelt, kann dieses binnen drei Wochen angenommen werden. Für die Fristberechnung gilt das Datum auf dem Angebot. Nach Ablauf der Frist gilt die Annahme als Angebot auf Abschluss eines Vertrages. Sofern der Zeitverlag auf Wunsch des Auftraggebers weitere Leistungen erbringt, die nicht im Angebot enthalten sind, werden diese gesondert berechnet.

2.2. Mitwirkung des Auftraggebers, Fristenplan

2.2.1 Eine fristgemäße Mitwirkung des Auftraggebers ist erforderlich, um die Einhaltung der vereinbarten Lieferfristen zu gewährleisten. Der Auftraggeber wird mit dem Zeitverlag in Textform einen Zeitplan vereinbaren und unter Beachtung der vereinbarten Termine

- sich mit dem Zeitverlag zu inhaltlichen und gestalterischen Fragen abstimmen,
- die von ihm zu liefernden Inhalte zur Verfügung stellen,
- die vom Zeitverlag an den Auftraggeber zur Prüfung übermittelten Inhalte prüfen und innerhalb der vereinbarten Frist freigeben bzw. Änderungswünsche mitteilen. Änderungswünsche, die nach Ablauf der Frist mitgeteilt werden, sind kostenpflichtig und können dazu führen, dass die vereinbarte Lieferfrist nicht gehalten werden kann.

2.2.2 Wenn Mitwirkungshandlungen des Auftraggebers ausstehen, wird der Zeitverlag diese einmalig anmahnen. Sofern die Herstellung des Werkes aus Gründen, die der Auftraggeber zu vertreten hat, nicht oder nur teilweise ausgeführt werden kann, erstattet der Auftraggeber dem Zeitverlag den daraus entstehenden Schaden.

2.3 Durchführung des Auftrages durch Unternehmen der ZEIT-Verlagsgruppe

Der Zeitverlag kann die Leistungen ganz oder teilweise durch Einschaltung seiner jeweils spezialisierten Tochterunternehmen, insbesondere Tempus Corporate GmbH (Content Marketing), ZEIT ONLINE GmbH (digitale Vermarktungsformen), Convent GmbH, ZEIT Akademie GmbH erbringen lassen und diese dazu berechtigen, ihre Leistungen selbst gegenüber dem Auftraggeber in Rechnung stellen zu lassen. Der Zeitverlag ist darüber hinaus dazu berechtigt, Leistungen auch durch weitere Dritte erbringen zu lassen.

2.4 Abschlagszahlungen

Sofern im Auftrag nicht abweichend vereinbart, ist der Zeitverlag im Zweifel berechtigt, bei Vertragsschluss eine angemessene Vorauszahlung in Höhe von bis zu 50% der vereinbarten Vergütung vom Auftraggeber zu fordern. Sofern der Zeitverlag zur Erfüllung einer Leistungspflicht ein Tochterunternehmen einschaltet, kann der Zeitverlag auch das Tochterunternehmen berechtigen, entsprechende Vorauszahlungen vom Auftraggeber zu verlangen.

2.5 Aufrechnung

Die Aufrechnung mit Gegenansprüchen des Auftraggebers oder die Zurückbehaltung von Zahlungen wegen solcher Ansprüche ist nur zulässig, soweit die Gegenansprüche unbestritten oder rechtskräftig festgestellt sind.

2.6 Laufzeit des Vertrages

Mit wirksamer Beauftragung des Zeitverlages gemäß Ziff. 2.1 AGB kann der Vertrag nur noch einvernehmlich aufgehoben oder von einer Vertragspartei aus wichtigem Grund gemäß § 314 BGB gekündigt werden. Ein Kündigungsrecht aus § 648 Satz 1 BGB ist ausgeschlossen.

2.7. Haftung

2.7.1 Der Zeitverlag haftet unbeschränkt für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

2.7.2 Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Zeitverlag nur, sofern nicht Pflichten verletzt wurden, deren Erfüllung dem Vertrag das Gepräge gibt und auf die der Auftraggeber vertrauen darf (Kardinalpflichten). Die Haftung des Verlages ist in diesen Fällen begrenzt auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden.

2.7.3 Der Zeitverlag haftet nach Ziffer 2.8.2. höchstens bis zu einem Betrag in Höhe der Gesamtvergütung der Beauftragung.

2.7.4 Eine Haftung des Zeitverlags für Mangelfolgeschäden, mittelbare bzw. indirekte Schäden, insbesondere für einen Schaden aus entgangenem Gewinn, ist ausgeschlossen, es sei denn, der Schaden ist auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zurückzuführen.

2.7.5 Sollte der Zeitverlag mit seiner Leistung schuldhaft in Verzug geraten, ist der Auftraggeber nur dann zur Kündigung des Vertrages und/oder zur Geltendmachung von Schadensersatz berechtigt, wenn er dem Zeitverlag vorher schriftlich eine angemessene Nachfrist gesetzt und der Zeitverlag innerhalb der Nachfrist die Leistung aus von ihm zu vertretenden Gründen nicht erbracht hat. Ein schuldhafter Verzug des Zeitverlages liegt insbesondere dann nicht vor, wenn der Auftraggeber nicht oder nicht rechtzeitig eine ihm obliegende Mitwirkung geleistet hat.

2.7.6 Bei Verspätungen oder sogar Lieferungsausfall infolge höherer Gewalt haften weder der Zeitverlag noch der Auftraggeber, verpflichten sich aber, die gegenseitigen Interessen in objektiver Weise wahrzunehmen. Als höhere Gewalt gelten insbesondere auch die in Ziff. 3.16 dieser AGB genannten Ereignisse.

2.7.7 Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten nicht im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit und auch nicht für eine Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz.

2.8 Rechteevorbehalt

Sämtliche Rechte, insbesondere sämtliche urheberrechtlichen Nutzungsrechte an Konzepten und Entwürfen, die vom Zeitverlag im Rahmen von Präsentationen präsentiert oder von Angeboten übermittelt werden, verbleiben beim Zeitverlag, sofern nicht etwas Abweichendes schriftlich vereinbart wird.

2.9 Vertragsauslegung

Im Falle der Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieser AGB soll keine Nichtigkeit des gesamten Vertrages eintreten. Vielmehr verpflichten sich die Parteien, eine ergänzende wirksame Regelung zu treffen, die dem wirtschaftlichen Zweck der jeweiligen Bestimmung möglichst nahekommt.

2.10 Abwerbungsverbot

Während der Laufzeit des Vertragsverhältnisses zwischen dem Zeitverlag und dem Auftraggeber sowie für einen weiteren Zeitraum von einem Jahr nach Beendigung des Vertragsverhältnisses wird der Auftraggeber nicht direkt an Mitarbeiter (egal ob

freie oder festangestellte Mitarbeiter) von Unternehmen der Zeitverlagsgruppe herantreten und unter Umgehung des Zeitverlages Leistungen des jeweiligen Mitarbeiters verlangen, die zu den vom Zeitverlag angebotenen Leistungen im Wettbewerb stehen. Im Falle der schuldhaften Zuwiderhandlung verwirkt der Auftraggeber eine angemessene Vertragsstrafe, die durch den Zeitverlag festgesetzt wird und durch den Auftraggeber vom zuständigen Gericht überprüft werden lassen kann. Die Parteien vereinbaren bereits jetzt, dass die Vertragsstrafe jedenfalls den Wert des letzten Auftrages nicht unterschreiten wird.

2.11 Kundenreferenz

Der Zeitverlag und, soweit mit der Herstellung/Durchführung betraut, die jeweilige Tochtergesellschaft des Zeitverlages haben das Recht, für den Auftraggeber hergestellte Content-Marketing-Publikationen nebst Inhalten nach Erscheinen als Referenzmuster in gedruckten und digitalen Publikationen, insbesondere auf eigenen Websites, abzubilden und öffentlich zugänglich zu machen sowie in entsprechender Weise auch den Namen des Auftraggebers und ggfs. dessen Logo als Kundenreferenz zu nutzen.

2.12 Rechtswahl

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechtes.

2.13 Erfüllungsort

Erfüllungsort ist, soweit nicht abweichend vereinbart, für beide Seiten Hamburg, Deutschland.

2.14 Gerichtsstand

Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag ist Hamburg, Deutschland, sofern durch Gesetz nicht zwingend etwas anderes vorgeschrieben ist.

3. Besondere Bedingungen für die Beauftragung und Durchführungen von Anzeigenschaltungen

3.1 Anzeigenauftrag

Ein „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB liegt vor, sofern der Zeitverlag vom Auftraggeber mit der Veröffentlichung einer oder mehrerer Werbeanzeigen oder einer oder mehrerer Beilagen beauftragt wird und der Zeitverlag diesen Auftrag angenommen hat.

3.2 Anzeigenabruf

Ist im Rahmen eines Anzeigenauftrages mit dem Auftraggeber das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen vereinbart, so sind alle Anzeigen des jeweiligen Anzeigenauftrages, soweit nicht abweichend vereinbart, innerhalb eines Jahres nach Anzeigenauftrag abzurufen.

3.3 Erstattung von Rabatt bei nicht rechtzeitigem Abruf

Werden einzelne oder mehrere Anzeigen eines Anzeigenauftrages vom Auftraggeber nicht innerhalb des vereinbarten Zeitraumes fristgerecht abgerufen, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten dem Zeitverlag den Differenzbetrag zwischen dem im Anzeigenauftrag gewährten Preis und dem für den Zeitpunkt der tatsächlichen Veröffentlichung geltenden Listenpreis zu erstatten.

3.4 Errechnung der Abnahmemengen/Größenberechnung

Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

3.5. Ablieferung beim Zeitverlag

3.5.1 Bestimmte Platz- und Datenvorschriften sind nur bindend, wenn sie vom Zeitverlag ausdrücklich als bindend bestätigt wurden.

3.5.2 Anzeigen, die gemäß Anzeigenauftrag oder dem Abruf ausdrücklich nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Zeitverlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, ob eine solche bestimmte Veröffentlichung möglich ist.

3.5.3 Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

3.5.4 Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden.

3.5.5 Sofern keine ausdrückliche Vereinbarung für eine bestimmte Ausgabe gemäß Ziff. 3.5.1 getroffen wurde, besteht für den Zeitverlag ein Schieberecht, das heißt Anzeigen können innerhalb eines Zeitraumes von vier Wochen nach Anzeigenauftrag bzw. Abruf veröffentlicht werden.

3.5.6 Macht der Auftraggeber den Anzeigenauftrag ausdrücklich von der Aufnahme der Anzeige oder Beilage in einer bestimmten Ausgabe oder an einem bestimmten Platz abhängig, so beschränken sich die Ansprüche des Auftraggebers gegen den Zeitverlag im Falle einer Nichteinhaltung des Termins oder Anzeigenortes auf Rücktritt, Zahlungsminderung oder Veröffentlichung einer Ersatzanzeige.

3.6 Textteilanzeigen, Anzeigen mit Coupon und Advertorials

3.6.1 Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei ihrer Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht unmittelbar als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Zeitverlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

3.6.2 Der Zeitverlag behält sich vor, in Ausnahmefällen Anzeigen mit Coupon auch Rücken an Rücken zu platzieren, sofern eine andere Form der Veröffentlichung für den Zeitverlag nicht zumutbar ist.

3.6.3 Advertorials sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Druckschrift (in Typo, Grafik, Farbe, Spalten) unterscheiden. Sie enthalten Text und Werbung Dritter und sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch den Zeitverlag ohne Rücksprache mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden. Der Zeitverlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Musters sowie das Recht vor, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Zeitverlag ist ein Advertorial mindestens fünf Tage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

3.6.4 Anzeigen, die Werbung von Dritten oder solche für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Zeitverlages. Diese berechtigt den Zeitverlag zur Erhebung des Verbundaufschlages.

3.7 Ablehnung der Veröffentlichung

Der Zeitverlag behält sich ohne Anerkennung einer entsprechenden Prüfpflicht vor, die Veröffentlichung einer Anzeige/Beilage abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt rechtswidrig oder pornografisch oder gewaltverherrlichend oder diskriminierend oder sonst mit den ethischen Grundlinien des Zeitverlages nicht vereinbar ist. Die Ablehnung der Veröffentlichung einer Anzeige wird dem Auftraggeber mitgeteilt.

3.8. Druckvorlagen und Proofs

3.8.1 Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter - gegebenenfalls digitaler - Druckvorlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Die Vorlagen müssen dem Format bzw. den technischen Vorgaben des Verlages entsprechen.

3.8.2 Proofs werden vom Zeitverlag nur auf ausdrücklichen und schriftlichen Wunsch des Auftraggebers geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Proofs. Der Zeitverlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung der Proofs an den Auftraggeber gesetzten Frist mitgeteilt werden. Verletzt der Auftraggeber seine Mitwirkungspflicht, insbesondere dadurch, dass er Druckvorlagen nicht rechtzeitig, unvollständig, mit falscher Kennzeichnung und/oder mangelhaft liefert und kann ein Auftrag deshalb nicht oder nicht korrekt durchgeführt werden, hat der Zeiterlag dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

3.8.3 Die Kosten des Zeitverlages für auf Wunsch des Auftraggebers vom Zeitverlag erstellte Druckvorlagen oder für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der vom Auftraggeber gelieferten Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

3.8.4 Druckvorlagen des Zeitverlages werden nur im Falle eines ausdrücklichen schriftlichen Hinweises bei der Lieferung an den Zeitverlag an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht des Zeitverlages zur Aufbewahrung der Druckvorlagen endet in jedem Fall sechs Wochen nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige.

3.9. Veröffentlichung in digitalen Ausgaben

Ein Anspruch des Auftraggebers auf Veröffentlichung der Anzeige in digitalen Ausgaben (z.B. ePaper, Apps, Website) der Printpublikation besteht nur, wenn der Auftraggeber eine zusätzliche Veröffentlichung in der jeweiligen digitalen Ausgabe gebucht hat. Wenn der Auftraggeber nur eine Veröffentlichung in der Printpublikation beauftragt hat, hat der Zeitverlag das Recht, die Anzeige innerhalb des Zeitraumes, in dem die Printanzeige veröffentlicht wird, in einer dem jeweiligen technischen Standard entsprechenden Weise zusätzlich in digitalen Ausgaben zu veröffentlichen. Für die Veröffentlichung in digitalen Ausgaben ist der Zeitverlag berechtigt, die für die Printausgaben vorliegenden Druckvorlagen an die jeweiligen Erfordernisse der digitalen Ausgabe anzupassen. Die Darstellung kann dabei vom Druckergebnis in der Printausgabe abweichen.

3.10. Gewährleistung

3.10.1 Der Auftraggeber hat die Anzeige unverzüglich nach ihrer Veröffentlichung auf etwaige Mängel hin zu überprüfen und, wenn sich ein offensichtlicher Mangel zeigt, diesen dem Zeitverlag binnen einer Frist von einer Woche ab Veröffentlichung schriftlich anzuzeigen. Nicht offensichtliche Mängel hat der Auftraggeber unverzüglich nach Kenntnis, spätestens aber binnen 6 Monaten ab Veröffentlichung der Anzeige anzuzeigen. Versäumt der Auftraggeber die vorgenannten Ausschlussfristen, gilt die Anzeige als genehmigt mit der Folge, dass der Auftraggeber seine Mängelrechte nach den folgenden Ziffern verliert.

3.10.2 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit, hat der Auftraggeber Anspruch auf Minderung der vereinbarten Vergütung oder die Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde.

3.10.3 Der Zeitverlag hat das Recht, die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige zu verweigern, wenn dies einen Aufwand erfordert, der in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder dies für den Zeitverlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist.

3.10.4 Lässt der Zeitverlag eine ihm für die Veröffentlichung der Ersatzanzeige gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert der Zeitverlag die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige oder ist die veröffentlichte Ersatzanzeige erneut mangelhaft, kann der Auftraggeber die Vergütung mindern oder vom Vertrag zurücktreten, wobei die Rechte des Auftraggebers zum Rücktritt vom Vertrag ausgeschlossen sind, wenn der Mangel nur unerheblich ist.

3.10.5 Jedwede Ansprüche des Auftraggebers wegen Mängeln verjähren ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige.

3.10.6 Aus technischen Gründen ist es nicht immer möglich, die Online-Anzeige im gleichen Erscheinungsbild zu veröffentlichen wie die gedruckte Anzeige in der ZEIT. Sofern die Online-Version der Anzeige in ihrer Gestaltung deshalb von der Print-Version der Anzeige abweicht, liegt gleichwohl eine ordnungsmäßige Erfüllung vor.

3.11 Preise und Zahlungsbedingungen

3.11.1 Soweit nicht individuell abweichend vereinbart, ergeben sich Preise, Aufschläge und Nachlässe bzw. Rabatte aus der im Zeitpunkt des Anzeigenauftrages bzw. des Abrufes der Anzeige gültigen Preisliste des Zeitverlages.

3.11.2 Liegt zwischen dem Zeitpunkt des Anzeigenauftrages bzw. dem Zeitpunkt des Abrufes und der Veröffentlichung der Anzeige ein Zeitraum von mehr als vier Monaten und erhöhen sich während dieser Zeit aufseiten des Verlages die Kostenfaktoren für die Veröffentlichung der Anzeige (insbesondere infolge von Tarifabschlüssen, Lohnerhöhungen oder Materialpreisanhebungen), sodass der Zeitverlag gezwungen ist, seine Preisliste entsprechend anzupassen, ist der Zeitverlag berechtigt, die hieraus resultierenden erhöhten Preise gegenüber dem Auftraggeber geltend zu machen.

3.11.3 Der Zeitverlag gewährt die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe bzw. Rabatte für alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden. Rabatte werden nicht für Auftraggeber gewährt, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge bzw. Abschlüsse zu tätigen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

3.11.4 Der Zeitverlag ist berechtigt, die Ausführung eines Anzeigenauftrages von der Vorauszahlung der Vergütung abhängig zu machen.

3.12. Anzeigenbeleg

Der Zeitverlag liefert auf ausdrücklichen schriftlichen Wunsch des Auftraggebers mit Veröffentlichung der Anzeige einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegstellen oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

3.13. Werbungsmittler und Werbeagenturen

Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Zeitverlages zu halten. Die vom Zeitverlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

3.14. Ziffernanzeigen

Bei Ziffernanzeigen wendet der Zeitverlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Zeitverlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Zeitverlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 1.000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenom-

men. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

3.15. Rechtsgarantie und Rechtseinräumung

3.15.1 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Er stellt den Zeitverlag im Rahmen des Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses von allen Ansprüchen Dritter frei, die von diesen gegen den Zeitverlag im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeigen geltend gemacht werden. Der Auftraggeber stellt den Zeitverlag diesbezüglich zudem von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei. Schließlich ist der Auftraggeber verpflichtet, den Zeitverlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen und über Unterlassungserklärungen oder einstweilige Verfügungen im Hinblick auf Rechte Dritter unverzüglich schriftlich zu informieren.

3.15.2 Der Auftraggeber überträgt dem Zeitverlag sämtliche für die Nutzung der Werbeanzeigen in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, Bearbeitung und Umgestaltung, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Die vorgenannten Rechte werden in allen Fällen räumlich unbegrenzt übertragen.

3.16. Höhere Gewalt

3.16.1 Fälle höherer Gewalt berechtigen den Zeitverlag, die Veröffentlichung der Anzeigen so lange hinauszuschieben, wie das Ereignis andauert. Wird dem Zeitverlag die Veröffentlichung infolge höherer Gewalt - mindestens aber für einen Zeitraum von sechs Monaten - unmöglich, wird der Zeitverlag von der Veröffentlichungspflicht frei. Unter den Begriff der höheren Gewalt fallen alle Umstände, welche der Zeitverlag nicht zu vertreten hat und durch die dem Zeitverlag die Veröffentlichung unmöglich gemacht oder unzumutbar erschwert wird, wie z. B. bei Streik, rechtmäßiger Aussperrung, (Bürger-)Krieg, Terrorakten, Unruhen, Naturkatastrophen, Ein- und Ausfuhrverboten, Zerstörung von Betriebsanlagen oder Betriebsmitteln (z.B. durch Feuer), Energie- und Rohstoffmangel und vom Zeitverlag nicht zu vertretender, nicht rechtzeitiger Selbstbelieferung.

Wird der Zeitverlag von der Veröffentlichungspflicht frei, ist der Auftraggeber berechtigt, vom Anzeigenauftrag bzw. dem Abschluss zurückzutreten.

3.16.2 Beeinträchtigen Fälle der höheren Gewalt lediglich die Auflagenhöhe des Verlagsobjektes, hat der Zeitverlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Zeitverlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

3.17. Anzeigen aus dem Ausland

Bei Anzeigen (Beilagen) aus dem Ausland erfolgt die Rechnungstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung unter der Voraussetzung, dass die Steuerbefreiung besteht und anerkannt wird. Der Zeitverlag behält sich eine Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige (Beilage) bejaht.

4. Besondere Bedingungen für die Herstellung von Content-Marketing- Publikationen Print und Digital

4.1 Nutzungsrechte

4.1.1 Nutzungsrechte an vom Zeitverlag gelieferten redaktionellen Inhalten, Grafik
Soweit nicht schriftlich im Angebot vom Zeitverlag abweichend angegeben, schuldet der Zeitverlag nur die Einräumung der einfachen urheberrechtlichen Nutzungsrechte an den vom Zeitverlag gelieferten Inhalten, insbesondere Texten, Grafiken, Fotos, die für den im Angebot vom Zeitverlag bezeichneten Nutzungsumfang erforderlich sind. Sofern der Auftraggeber die Nutzung einer kostenpflichtigen Schrifttype wünscht, werden die hierfür entstehenden zusätzlichen Kosten dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt.

4.1.2 Rechte an vom Auftraggeber gelieferten redaktionellen Inhalten
Sämtliche Rechte an den vom Auftraggeber gelieferten Inhalten klärt der Auftraggeber auf eigene Verantwortung und Kosten, dies bezieht sich insbesondere auf urheberrechtliche Nutzungsrechte, aber auch auf etwaige Persönlichkeitsrechte, Markenrechte oder sonstige Rechte.

4.2 Anpassung der Vergütung bei veränderten Kosten

Im Angebot genannte Kosten einer Beilage (z.B. bei der ZEIT oder einer anderen Zeitung) beziehen sich auf die zum Datum des Angebotes gültigen Beilagen-Preise des jeweils beiliegenden Verlages. Ändern sich allgemein die Beilagen-Preise danach, ist der Zeitverlag berechtigt, die vom Auftraggeber hierfür an den Zeitverlag zu zahlende, im Angebot ausgewiesene Vergütung entsprechend anzupassen. Verändern sich die Kosten der druckmäßigen Vervielfältigung, weil sich der Papierpreis nach Datum des Angebots ändert, hat der Zeitverlag ebenfalls das Recht, die Vergütung entsprechend anzupassen.

4.3. Haftung für Inhalte

4.3.1 Der Zeitverlag haftet nicht für vom Auftraggeber gelieferte Inhalte und hat auch nicht die Verpflichtung, diese rechtlich zu prüfen.

4.3.2 Der Zeitverlag gewährleistet, dass die vom Zeitverlag für den Auftraggeber erstellten oder gelieferten Inhalte vom Auftraggeber gemäß den zwischen Zeitverlag und Auftraggeber getroffenen Vereinbarungen genutzt werden können und durch die vertragsgemäße Nutzung keine Rechte Dritter verletzt werden. Die gleiche Verpflichtung trifft den Auftraggeber für die von ihm gelieferten Inhalte.

4.3.3 Die Verantwortung für die rechtliche Nutzbarkeit des Titels (z.B. Magazin-Titel, Domain) einer Content-Marketing-Publikation liegt beim Auftraggeber.

4.4. Besondere Gewährleistungsregelungen für Content-Marketing-Drucksachen

Sofern Gegenstand des Vertrages die Herstellung einer Corporate-Drucksache - nachfolgend „Magazin“ genannt - ist, gelten zusätzlich folgende Geschäftsbedingungen:

4.4.1 Wenn der Auftraggeber das Manuskript vorbehaltlos zum Druck freigegeben hat, sind Gewährleistungsansprüche wegen eines Mangels am Manuskript ausgeschlossen, es sei denn, dass es sich um einen Mangel handelt, der bei der Untersuchung nicht erkennbar war.

4.4.2 Wenn dem Zeitverlag innerhalb der vereinbarten Prüffrist keine Mängelanzeige des Auftraggebers in schriftlicher Form zugegangen ist, sind Gewährleistungsansprüche wegen eines Mangels am Manuskript ausgeschlossen, es sei denn, dass es sich um einen Mangel handelt, der bei der Untersuchung nicht erkennbar war.

4.4.3 Zeigt sich später ein Mangel am Manuskript, der bei der Untersuchung nicht erkennbar war, so muss unverzüglich nach der Entdeckung die Mängelanzeige des Auftraggebers dem Zeitverlag in schriftlicher Form zugegangen sein, anderenfalls sind Gewährleistungsansprüche wegen eines Mangels am Manuskript ausgeschlossen.

4.4.4 Der Auftraggeber ist weiter verpflichtet, die ausgelieferten Druckexemplare der Publikation nach Ablieferung zu prüfen und, wenn sich ein Mangel zeigt, dem Zeitverlag unverzüglich in Schriftform Anzeige zu machen. Unterlässt der Auftraggeber die unverzügliche Anzeige, sind Gewährleistungsansprüche ausgeschlossen, es sei denn, dass es sich um einen Mangel handelt, der bei der Untersuchung nicht erkennbar war. Zeigt sich später ein Mangel, so muss die Anzeige unverzüglich nach der Entdeckung gemacht werden, anderenfalls sind Gewährleistungsansprüche ausgeschlossen.

4.5 Besondere Haftungsbeschränkungen für Content-Marketing-Drucksachen

4.5.1 Der Zeitverlag haftet bei Ansprüchen, die aus einem Verzug der mit der Vervielfältigung der Publikation beauftragten Druckerei und/oder einer Nicht- oder mangelhaften Leistung der beauftragten Druckerei resultieren, nicht. Auf Verlangen des Auftraggebers wird der Zeitverlag alle ihm gegen die Druckerei zustehenden Ansprüche zur direkten Geltendmachung an den Auftraggeber abtreten.

4.5.2 Der Zeitverlag haftet nicht bei Ansprüchen, die aus einem Verzug und/oder einer Nicht- oder mangelhaften Leistung von dritten Verlagen resultieren, deren Medien (z.B. Zeitungen) die Publikation beigelegt werden soll. Auf Verlangen des Auftraggebers wird der Zeitverlag alle ihm gegen die Verlage zustehenden Ansprüche zur direkten Geltendmachung an den Auftraggeber abtreten.

4.5.3 Der Versand der gedruckten Exemplare an einen anderen Ort als den Betriebsstandort der beauftragten Druckerei erfolgt auf Gefahr und Kosten des Auftraggebers.

4.6 Besondere Gewährleistungsregelungen für digitale Veröffentlichungen

Sofern Gegenstand des Auftrages die Herstellung von digitalen Inhalten ist, z.B. Video/Website/digitales Advertorial/Sponsored Podcast oder von sonstigen Werken, die keine Magazine im Sinne von Ziff. 4.4 sind, gelten folgende zusätzliche Bedingungen:

4.6.1 Wenn dem Zeitverlag innerhalb der vereinbarten Prüffrist keine Mängelanzeige des Auftraggebers in schriftlicher Form zugegangen ist oder das Werk vorbehaltlos abgenommen wurde, sind Gewährleistungsansprüche wegen eines Mangels ausgeschlossen, es sei denn, dass es sich um einen Mangel handelt, der bei der Untersuchung/Abnahme nicht erkennbar war.

4.6.2 Zeigt sich später ein Mangel, der bei der Untersuchung nicht erkennbar war, so muss unverzüglich nach der Entdeckung die Mängelanzeige des Auftraggebers dem Zeitverlag in schriftlicher Form zugegangen sein, anderenfalls sind Gewährleistungsansprüche wegen eines Mangels ausgeschlossen.

4.6.3 Sofern dem Auftraggeber dem Grunde nach Gewährleistungsansprüche zustehen, ist es dem Zeitverlag zunächst zu ermöglichen, innerhalb angemessener Frist nachzubessern. Schlägt die Nachbesserung fehl, kann der Auftraggeber den Vergütungsanspruch angemessen mindern. Weitere Gewährleistungsansprüche sind ausgeschlossen.

4.7 Besondere Haftungsbeschränkungen für digitale Content-Marketing-Produkte

Der Zeitverlag haftet nicht bei Ansprüchen, die aus einem Verzug und/oder einer Nicht- oder mangelhaften Leistung von Host Providern, Domainanbietern und ähnlichen Dienstleistern resultieren, die vom Zeitverlag für den Auftraggeber mit technischen Dienstleistungen beauftragt werden. Auf Verlangen des Auftraggebers wird der Zeitverlag alle ihm gegen den jeweiligen Dienstleister zustehenden Ansprüche zur direkten Geltendmachung an den Auftraggeber abtreten.

4.8 Impressum von Veröffentlichungen

4.8.1 Soweit nicht abweichend geregelt, wird das Unternehmen der ZEIT Verlagsgruppe Tempus Corporate GmbH im Impressum des Magazins als Verlag genannt und außerdem die Druckerei. Die Berücksichtigung des Auftraggebers, z.B. als Herausgeber, wird zwischen den Parteien abgestimmt.

4.8.2 Soweit nicht abweichend geregelt, wird das Unternehmen der ZEIT Verlagsgruppe Tempus Corporate GmbH im Impressum einer Website als Kooperationspartner genannt, verantwortlich im Sinne des Telemediengesetzes ist der Auftraggeber.

4.9 Besondere Regelungen für Korrekturen bei der Erstellung von digitalen oder gedruckten Publikationen

Sofern nicht schriftlich abweichend vereinbart, umfasst die jeweils vereinbarte Vergütung zwei Korrekturschleifen. Weitere Korrekturschleifen sind kostenpflichtig.

5. Besondere Bestimmungen für Veranstaltungen und Sponsoring

5.1 Höhere Gewalt

Sollte eine Veranstaltung aufgrund höherer Gewalt im Sinne von Ziff. 3.16 nicht durchgeführt werden können, so verhandeln die Parteien über die Konditionen und Möglichkeiten einer Verlegung des Ortes oder des Termins. Können sich die Parteien nicht einigen, hat jede Partei das Recht zur Kündigung der Vereinbarung. Wird die Vereinbarung aus vorbezeichnetem Grund gekündigt, beschränken sich die wechselseitigen Pflichten darauf, dass der Sponsor die bis zur Kündigung von Convent erbrachten Leistungen vergütet und durch Convent gemachte Aufwendungen erstattet.

5.2 Rechte an Veranstaltungen

5.2.1 Alle Rechte an dem Veranstaltungstitel, insbesondere an dem Bestandteil „ZEIT KONFERENZ“ sowie an sonstigen Marken und Logos des Zeitverlages oder von Convent.de sind Eigentum des Zeitverlages bzw. von Convent.de. Der Zeitverlag gestattet dem Partner für die Laufzeit der jeweils gesondert getroffenen Vereinbarung im Wege eines nicht exklusiven Nutzungsrechtes, die Bezeichnung für die jeweils vereinbarte Veranstaltung nach vorheriger Abstimmung zu nutzen, soweit der Partner auf die Kooperation hinweisen möchte. Der Auftraggeber gestattet dem Zeitverlag für die Laufzeit dieser Vereinbarung im Wege eines nicht exklusiven Nutzungsrechtes, die Markenzeichen des Auftraggebers nach vorheriger Abstimmung zu nutzen, soweit dies zur Vertragserfüllung erforderlich ist oder der Zeitverlag auf diese Kooperation hinweisen möchte.

5.2.2 Die Rechte an Veranstaltungsmaterialien stehen im Eigentum des Zeitverlages. Der Zeitverlag wird, soweit dies zur Durchführung dieses Vertrages erforderlich ist, dem Partner einfache urheberrechtliche Nutzungsrechte einräumen. Soweit Inhalte vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden, räumt dieser dem Zeitverlag die zur Durchführung des Vertrages erforderlichen einfachen Nutzungsrechte ein.