

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Digitale Werbeauaufträge der Pharmedia Anzeigen- und Verlagsservice GmbH

Für die Annahme und die Veröffentlichung aller digitalen Werbeauaufträge von gewerblichen Auftraggebern gelten ausschließlich die nachfolgenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des bei der Pharmedia Anzeigen- und Verlagsservice GmbH (Pharmedia) eingehenden Auftrages aktuellen Preislisten.

AGB's des Auftraggebers, die nicht mit diesen AGB übereinstimmen, wird ausdrücklich widersprochen. Sie sind für die Auftragsabwicklung bei Pharmedia nicht gültig.

- 1) Digitale Werbeauaufträge sind kostenpflichtige Buchungen einer oder mehrerer digitaler Werbemittel oder technischer Sonderlösungen in digitalen Informations- und Kommunikationsdiensten. Ein Auftrag für die Schaltung digitaler Werbemittel kann mündlich oder schriftlich (auch in digitaler Übertragung) erfolgen. Der Auftrag wird jeweils erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung (postalisch und/oder digital) von Pharmedia rechtsverbindlich.
Es gilt die jeweils zum Zeitpunkt des Auftragseingangs bei Pharmedia aktuelle Preisliste, die von Pharmedia auf Anfrage dem Auftraggeber zur Verfügung gestellt wird bzw. über www.thieme-media.de frei zugänglich ist.
- 2) In einen digitalen Werbeauauftrag werden alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Werbemittel einbezogen. Die Laufzeit des Auftrages beginnt mit dem Erscheinen der ersten Veröffentlichung.
- 3) Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.
- 4) Aufträge über die Schaltung von digitalen Werbemitteln können nach sachgemäßem Ermessen von Pharmedia abgelehnt werden. Dies gilt insbesondere, wenn der Inhalt gegen bestehende Gesetze, gute Sitten oder behördliche Bestimmung verstößt oder auf-

grund inhaltlicher oder technischer Ausführung unzumutbar ist. Pharmedia informiert den Auftraggeber über eine Ablehnung des Werbeauauftrages unverzüglich nach Kenntniserlangung. Eine Ablehnung aus den genannten Gründen kann auch während der Laufzeit eines Auftrages erfolgen und das Werbemittel entfernt werden.

- 5) Pharmediaveröffentlicht den bestätigten Auftrag auf der Grundlage der in der Buchung genannten Frequenz, Termin(e), Format(e) und Kommunikationskanälen. Ist kein Erscheinungstermin genannt, wird das Werbemittel zum nächsterreichbaren Termin ausgeliefert, sofern es keine anderslautende und bestätigte Vereinbarung gibt.
Digitale Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann aus einem oder mehreren der nachfolgend aufgeführten Elemente bestehen:
 - aus Bildern und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern
 - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. link)
- 6) Während der gesamten Laufzeit des Auftrages muss der Auftraggeber die Daten, auf die von dem Werbemittel verlinkt wird, aufrecht und abrufbar halten. Für die Inhalte, Gestaltung und rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels trägt allein der Auftraggeber die Verantwortung. Er stellt Pharmedia von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Dies gilt auch für von Pharmedia gestaltete Werbemittel aufgrund von Angaben oder zur Verfügung gestellten Unterlagen des Auftraggebers (z.B. Copyright bei Bildelementen, Urheberrecht etc.). Der Auftraggeber stellt sicher, dass er die notwendigen Rechte an sämtlichen im Werbemittel erscheinenden Elementen besitzt. Sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art er-

forderlichen Rechte werden vom Auftraggeber, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf gehen zeitlich und inhaltlich in dem für die Ausführung des Auftrags notwendigem Umfang an Pharmedia übertragen.

- 7) Die zwischen Pharmedia und dem Auftraggeber geltende Vergütung ist der Auftragsbestätigung zu entnehmen. Ist eine schriftliche Auftragsbestätigung erfolgt oder keine Vergütung auf der Auftragsbestätigung genannt, so gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.
Eine etwaige Änderung der Preisliste gilt auch für bestehende Aufträge, sofern keine anderslautende Regelung schriftlich vereinbart wurde. Für von Pharmedia bereits bestätigte Aufträge sind Preisänderungen nur gültig, wenn der Auftraggeber hiervon von Pharmedia mit einer Vorlaufzeit von vier Wochen schriftlich informiert wurde (postalisch oder per Email).
In diesem Fall erhält der Auftraggeber ein außerordentliches Kündigungsrecht, das innerhalb von zwei Wochen nach der schriftlichen Information auszuüben ist. Die Kündigung muss schriftlich erfolgen, weitergehende Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Die Preiserhöhung gilt vom Auftraggeber als genehmigt, wenn keine Kündigung im genannten Zeitraum erfolgt.
- 8) Die in der Preisliste aufgeführten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber gewährt. Die Nachlässe gelten für ein Insertionsjahr und beginnen mit der Veröffentlichung des Werbemittels, sofern auf der schriftlichen Auftragsbestätigung nicht eine andere Vereinbarung ausdrücklich bestätigt wird.

Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per Email bei Pharmedia eingehen. Bei einer Stornierung bis zum in der Auftragsbestätigung angegebenen Datenanlieferungstermin entstehen dem Werbekunden keine Kosten. Stornierungen nach dem Datenanlieferungstermin aber vor Beginn der beauftragten und bestätigten Laufzeit des Werbemittels werden grundsätzlich pauschal mit einer Aufwandsentschädigung von 50% des stornierten Auftragsvolumens berechnet. Bei Homepage- und Festplatzierungen sowie Sonderwerbformen im Newsletter (z.B. Stand-Alone-Newsletter) die innerhalb von 20 Werktagen vor Schaltungsbeginn storniert werden, und bei Stornierungen von Werbemitteln nach Beginn der Platzierung, beträgt die pauschale Aufwandsentschädigung 100% des stornierten Bruttoauftragsvolumens.

Dem Werbekunden bleibt jeweils der Nachweis vorbehalten, dass kein oder kein geringerer Aufwand entstanden ist. Pharmedia bleibt der Nachweis vorbehalten, dass ein höherer Schaden entstanden ist. Bei Teilstornierungen ist die vorstehende Regelung entsprechend anzuwenden.

- 9) Rechnungen sind am Tag der ersten Veröffentlichung des beauftragten Werbemittels zur Zahlung fällig, bei besonderer Vereinbarung spätestens 30 Tage nach dem ersten Erscheinungstag. Bei Vorauszahlung werden 2 % Skonto gewährt, sofern der Rechnungsbetrag spätestens am Erscheinungstag auf einem der Konten von Pharmedia eingeht und keine älteren Rechnungen fällig sind. Ist die Zahlung mittels SEPA-Lastschrift vereinbart, beträgt die Ankündigungsfrist für die Vorabinformation („Pre-Notification“) einen Kalendertag. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Pharmedia kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für restliche Werbeaufträge Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist Pharmedia berechtigt, auch während der Laufzeit eines oder mehrerer Aufträge des Auftraggebers ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.
- 10) Die Gewährleistung von Pharmedia bezieht sich allein auf die Mängel, die im Einflussbereich von Pharmedia liegen. Sie gilt nicht für unwesentliche Fehler wie bspw. die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware- und/oder -hardware, Störung der Kommunikationsnetze von externen Providern, Rechnerausfall. Bei Ausfall des Ad-Servers oder anderer verlagseigener Server über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Buchung liefert Pharmedia die Medialeistung nach bzw. verlängert den Buchungsauftrag um den Ausfallzeitraum. Ist dies aufgrund einer nachweislich notwendigen Veröffentlichung des Werbemittels im ursprünglichen Auftragszeitraum oder aus technischen Gründen

- nicht möglich, entfällt die Zahlungspflicht für den Ausfallzeitraum. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.
- 11) Sind Mängel beim angelieferten Werbemittel nicht eindeutig erkennbar und Ursache für eine mangelhafte Veröffentlichung des Werbemittels, hat der Auftraggeber keine Ansprüche. Dies gilt auch bei mangelhafter Veröffentlichung wiederholender Schaltungen, wenn der Auftraggeber nicht im angemessenen Zeitraum (mind. 3 Tage vor Erscheinen) auf den Mangel hingewiesen hat.
- 12) Missachtet der Auftraggeber wissentlich oder unwissentlich die Empfehlungen von Pharmedia zur Erstellung und Übergabe der digitalen Werbeformate, entfällt jeglicher Anspruch wegen mangelhafter Veröffentlichung des Werbemittels. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Pharmedia behält sich Ersatzansprüche vor, wenn vom Auftraggeber schuldhaft Dateien mit Computerviren übermittelt wurden und diese einen nachweislichen Schaden verursachen.
- 13) Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt. Insbesondere wenn der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z. B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln gewinnt oder sammelt, sichert er zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die gesetzlichen Vorgaben einhalten wird. Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme Daten aus dem Zugriff auf die Werbemittel anfallen, darf der Auftraggeber diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne für den konkreten Werbetreibenden auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Schaltung des jeweiligen Werbemittels generiert worden sind. Darüber hinaus ist dem Auftraggeber jede weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbezogen) aus dem Zugriff auf die Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der Auftraggeber die

- Daten aus den Werbeschaltungen nicht für eigene Zwecke speichern, auswerten, anderweitig nutzen und/oder an Dritte weitergeben. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf dem Angebot des Betreibers und deren weitere Nutzung. Für jeden schuldhaften Verstoß gegen die Verpflichtung aus den beiden vorstehenden Absätzen zahlt der Auftraggeber an Pharmedia eine Vertragsstrafe in Höhe des zehnfachen Preises des Auftrags, aus dem die unzulässige Datennutzung stammt. Etwaige weitergehende Schadenersatzansprüche bleiben unberührt.
- 14) Pharmedia haftet nur für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für die Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit sowie für Pflichtverletzungen, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung sind (Kardinalpflicht). Im Falle der Verletzung einer Kardinalpflicht ist die Haftung stets auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Eine Haftung von Pharmedia für Schäden wegen des Fehlens ausdrücklich schriftlich zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Rechnungseingang geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüche verjähren in zwölf Monaten nach erstmaliger Veröffentlichung des entsprechenden Werbemittels.
- 15) Sollte eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Entsprechendes gilt bei Fehlen etwaiger Bestimmungen.
- 16) Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz von Pharmedia.

Stand: Mai 2018