

1. ALLGEMEINES

- 1.1 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen ("**AGB**") gelten sowohl für Vertragsbeziehungen mit der AHVV Verlags GmbH, FN 43858y, der DJ Digitale Medien GmbH, FN 454803d, als auch der Relevant Media Verlags GmbH, FN 186415s (jeweils "**der Verlag**"). Sie regeln

- a) alle Leistungen des Verlags im Zusammenhang mit Anzeigen-, Beikleber- und Beilagenaufträgen ("**Printwerbung**") für die Tageszeitung „Heute“ und für alle Kauf- und Gratismagazine;
- b) die Erbringung digitaler Werbeeinschaltungen für die Websites heute.at, newsflix.at und gesundheitstrends.com ("**Digitalwerbung**");

(gemeinsam "**Werbeeinschaltung**") durch den jeweils beauftragten Verlag gegenüber Dritten ("**Auftraggeber**", gemeinsam "**Vertragsparteien**").

Abweichungen von den AGB gelten nur, wenn sie ausdrücklich und schriftlich vereinbart wurden. Diese AGB gelten nicht für Verbraucher. Sie sind ein wesentlicher Bestandteil jedes Angebotes des Verlages und jedes darauf basierenden Vertrages.

- 1.2. Vertragsbeziehungen zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber betreffend Werbeeinschaltungen werden durch folgende Vertragsbestandteile in der genannten Reihenfolge geregelt:

- a) der Auftragsbestätigung des Verlags,
- b) den AGB,
- c) der Anzeigentarif für Printwerbung (www.heute.at/anzeigentarife) und Preisliste für Digitalwerbung (www.heute.at/anzeigentarife) (gemeinsam "**Preislisten**"),
- d) den "**Anzeigenbedingungen**" für Printwerbung (www.heute.at/anzeigentarife) bzw. den "**Gestaltungsbedingungen**" für Digitalwerbung (www.heute.at/anzeigentarife).

- 1.3. Abweichende, entgegenstehende, einschränkende oder ergänzende Geschäfts- oder Nutzungsbedingungen des Auftraggebers werden nicht Vertragsbestandteil, auch wenn die Bedingungen des Auftraggebers unwidersprochen bleiben. Vertragserfüllungshandlungen des Verlags gelten insofern nicht als Zustimmung zu abweichenden Vertragsbedingungen.

- 1.4. Der Verlag behält sich das Recht vor, diese AGB, die Preislisten und Anzeigen- bzw. Gestaltungsbedingungen jederzeit ohne Angabe von Gründen zu ändern. Der Verlag informiert den Auftraggeber mindestens 14 Tage im Voraus über die Änderungen per E-Mail ("**Änderungsmitteilung**"). Ausgenommen von dieser Frist sind zwingende technische Anpassungen der Anzeigen- bzw. Gestaltungsbedingungen; diese treten gem. Punkt 2.4 sofort in Kraft. Die Änderungen werden wirksam, wenn der Auftraggeber nicht binnen 14 Tagen nach Absenden der Änderungsmitteilung schriftlich widerspricht. Der Verlag wird den Auftraggeber in der Änderungsmitteilung auf das Widerspruchsrecht und die Folgen seines Schweigens hinweisen. In Falle des Widerspruchs gelten die alten AGB unverändert weiter, sofern der Verlag das Vertragsverhältnis mit dem Auftraggeber nicht kündigt.

2. AUFTRAGSERTEILUNG / VERTRAGSABSCHLUSS

- 2.1. Der Auftraggeber kann den Verlag mit einer Werbeeinschaltung gemäß dem Produktblatt (abrufbar unter www.heute.at/anzeigentarife) beauftragen ("**Werbeauftrag**"). Ein Werbeauftrag des Auftraggebers stellt ein unverbindliches Angebot dar ("**Angebot**"). Angebote müssen vom Auftraggeber schriftlich erteilt und vom Verlag schriftlich durch eine Auftragsbestätigung angenommen werden, damit ein Vertrag zwischen den Vertragsparteien abgeschlossen wird. Mündliche Vereinbarungen, die nicht schriftlich bestätigt werden, binden den Verlag nicht. Hat der Verlag dem Auftraggeber im Vorfeld ein Angebot unterbreitet, gilt dieses Angebot als rechtsverbindlich angenommen (beauftragt), sobald der Auftraggeber dem Verlag Werbemittel oder Druckunterlagen übermittelt, die dem unterbreiteten Angebot entsprechen und eindeutig zugeordnet werden können. Auch die Übermittlung von Werbemitteln oder Druckunterlagen durch den Auftraggeber an den Verlag gilt bereits als Angebot eine Einschaltung vorzunehmen.
- 2.2. Der Verlag behält sich vor, Angebote ohne Angaben von Gründen abzulehnen.
- 2.3. Der Verlag behält sich vor, beauftragte Werbeeinschaltungen, die vom Österreichischen Werberat beanstandet wurden, nicht abzdrukken (einschließlich des sofortigen Stopps einer bereits laufenden Werbekampagne) und nicht auf der Website zu veröffentlichen oder eine bereits veröffentlichte Werbeeinschaltung von der Website zu nehmen. Der Verlag ist in diesen Fällen zum Vertragsrücktritt berechtigt.
- 2.4. Es obliegt dem Auftraggeber, sich vor Angebotslegung über die jeweils gültigen Preislisten (sowie die Richtlinien betreffend Zahlweise bei Wortanzeigen), die Höhe der anfallenden Abgaben (insbesondere der Werbeabgabe und Umsatzsteuer) und die jeweils gültigen Anzeigen- bzw. Gestaltungsbedingungen zu informieren. Bei Änderungen von Preislisten oder der Anzeigen- bzw. Gestaltungsbedingungen treten die neuen Bedingungen – auch bei laufenden Aufträgen – sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
- 2.5. Der Auftraggeber verpflichtet sich, im Falle von Digitalwerbung, dem Verlag sämtliche Information nach § 6 Abs 1 ECG richtig und vollständig zu übermitteln.
- 2.6. Der Verlag ist berechtigt, die Kontaktdaten des Auftraggebers für Direktwerbung im Rahmen der gesetzlichen Ausnahmen nach § 174 Abs 4 TKG 2021 zu nutzen; der Auftraggeber hat das Recht, dieser Verwendung jederzeit kostenlos zu widersprechen (z.B. per E-Mail an recht@heute.at).
- 2.7. Auftraggeber, welche als Behörden oder öffentliche Stellen im Sinne des Art 2 Z 18 EMFA (VO (EU) 2024/1083) gelten oder für diese eintreten (z.B. Vermittler), sind verpflichtet, den Verlag ohne Verzögerung auf diese Eigenschaft hinzuweisen. Solche Auftraggeber sind weiters verpflichtet, präzise darüber Auskunft zu geben, ob und in welchem Umfang staatliche Mittel für staatliche Werbung zugewiesen wurden bzw. Werbeeinnahmen von Behörden oder öffentlichen Stellen von Drittländern stammen. Den Auftraggeber trifft zur Erfüllung der Pflichten nach Art 6 Abs 1 lit d EMFA durch den Verlag eine umfassende Mitwirkungspflicht. Die gesetzlichen Pflichten des Auftraggebers werden dadurch nicht eingeschränkt.
- 2.8. Tritt der Auftraggeber den konkreten Umständen nach als Sponsor im Sinne der Verordnung (EU) 2024/900 (TTPW-VO) oder als für einen solchen handelnder Werbedienstleister auf, hat er unaufgefordert eine wahrheitsgemäße Erklärung darüber abzugeben, ob der Werbeauftrag eine politische Werbedienstleistung zum Gegenstand hat. In diesem Fall ist der Auftraggeber verpflichtet, dem Verlag

unaufgefordert, genau, vollständig und fristgerecht alle zur Erfüllung der gesetzlichen Verpflichtungen (insbesondere gemäß Art. 9, 11 und 12 TTPW-VO) benötigten Informationen für die Transparenzbekanntmachung zu übermitteln. Bei Werbeaufträgen ohne erkennbar politischen Charakter gilt das Unterbleiben einer Erklärung als konkludente Verneinung des Vorliegens politischer Werbung.

3. WERBEMITTEL

- 3.1. Der Auftraggeber hat zur Durchführung des Auftrags alle erforderlichen Mittel und Informationen ("Werbemittel" bzw. "Rohmaterial") in geeigneter Form gemäß den gültigen Anzeigen- bzw. Gestaltungsbedingungen wie folgt zur Verfügung zu stellen:
- a) fertige Druckunterlagen für Printwerbung: spätestens 2 Werktage vor dem Erscheinungstermin (= Druckunterlagenschluss);
 - b) fertige Werbemittel für Digitalwerbung: spätestens 3 Werktage vor dem Einschalttermin;
 - c) Rohmaterialien (Texte, Bilder, Basisdaten) für vom Verlag oder dessen Inhouse-Agentur zu gestaltende Standard-Werbemittel, Anzeigen oder Advertorials: mindestens 5 Werktage vor dem Einschalt- bzw. Erscheinungstermin.

Bei verspäteter Übermittlung der Werbemittel/Rohmaterialien oder bei nicht fristgerechter Übermittlung der nach Punkt 2.5, 2.6 und 2.7 zwingend erforderlichen rechtlichen Informationen ist der Verlag berechtigt, die Werbeeinschaltung zu einem späteren Zeitpunkt (bei Print in der folgenden Ausgabe) vorzunehmen, ein ihm vorliegendes Sujet des Auftraggebers zu verwenden oder unter Setzung einer angemessenen Nachfrist vom Vertrag zurückzutreten.

- 3.2. Der Verlag ist generell nicht verpflichtet, die vom Auftraggeber bereitgestellten Werbemittel auf etwaige Fehler, Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen.
- 3.3. Der Auftraggeber trägt die alleinige Verantwortung dafür, Werbemittel für sämtliche Mediengattungen (Print und Digital) rechtzeitig und in technisch einwandfreier Form gemäß den jeweils gültigen Anzeigen- bzw. Gestaltungsbedingungen bereitzustellen. Diese Vorgaben umfassen unter anderem den „Austria Druckstandard Zeitungen“, die vom Verlag zur Verfügung gestellten Grafikdatenblätter sowie spezifische technische Anforderungen für Digitalwerbung. Entsprechen die Werbemittel nicht diesen Bedingungen oder werden sie fehlerhaft übermittelt, behält sich der Verlag das Recht vor, die Unterlagen zur Sicherung der Produktionsqualität oder zur Einhaltung zwingender gesetzlicher Kennzeichnungspflichten – insbesondere gemäß der TTPW-VO 2024/900 und der Durchführungsverordnung (EU) 2025/1410 bei politischer Werbung – auf Kosten des Auftraggebers anzupassen oder die Werbeeinschaltung abzulehnen. Dies gilt ausdrücklich auch für die Umsetzung rechtlich erforderlicher Transparenzangaben, wie etwa die Einhaltung von Kontrastvorgaben, Schriftgrößen, Kästchen, Kennzeichnungen oder die funktionale Einbindung von QR-Codes und Weblinks. Bei „Hochglanzproduktionen“ oder komplexen digitalen Sonderwerbformen anfallende Mehrkosten für notwendige technische Korrekturen werden nach tatsächlichem Aufwand gesondert fakturiert. Farbabweichungen zur Ausgangsdatei stellen keinen Reklamationsgrund dar.
- 3.4. Allfällige Produktions- und Kreativkosten sowie Kosten für eine notwendige Anpassung der Werbemittel sind nicht vom Werbepreis erfasst und werden daher nach tatsächlichem Aufwand nach Maßgabe der jeweils aktuellen Preise des Verlags gesondert fakturiert.

- 3.5. Probeabzüge von Printwerbung werden nur auf ausdrücklichen Wunsch hergestellt. Die Kosten hierfür trägt der Auftraggeber. Bei nicht fristgerechter Bestätigung des Probeabzuges gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
- 3.6. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Werbemittel endet 3 Monate nach der Schaltung der Anzeige, falls nicht ausdrücklich schriftlich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
- 3.7. Die für die Digitalwerbung geplanten Einschalttermine und Anzahl der Programmschleifen ("**Loop**") gibt der Verlag dem Auftraggeber mit der Auftragsbestätigung bekannt.
- 3.8. Der Auftraggeber ist für den Inhalt, die Form und die rechtliche (insbesondere wettbewerbsrechtliche, immaterialgüterrechtliche, persönlichkeitsrechtliche und strafrechtliche) Zulässigkeit der Werbeeinschaltungen allein verantwortlich. Der Auftraggeber garantiert, dass er sich mit allen für die von ihm beauftragte Werbeeinschaltung relevanten Rechtsvorschriften vertraut gemacht hat und sichert ausdrücklich zu, dass er über sämtliche Rechte verfügt, die für die Veröffentlichung der Werbeeinschaltung erforderlich sind, und die Werbeeinschaltung gegen keine gesetzlichen Bestimmungen verstößt. Hingewiesen wird insbesondere auf die Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes: Der Auftraggeber garantiert in diesem Zusammenhang, dass er für Printwerbung über die für Printausgabenveröffentlichung und für Print- und Digitalwerbung über die für dauerhafte (unbefristete) digitale Zugänglichmachung (einschließlich E-Paper und digitalen Archiven) erforderlichen Rechte verfügt. Hingewiesen wird außerdem auf die Bestimmungen des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb sowie auf die besonderen Werbebestimmungen für Arzneimittel und Alkohol, die besonderen Werbebestimmungen nach dem Gleichbehandlungsgesetz, dem Energieausweis-Vorlagegesetz, den berufsrechtlichen Vorschriften für Ärzte, Rechtsanwälte und andere freie Berufe, sowie auf die Werbeverbote nach Tabakgesetz und Glücksspielgesetz sowie nach Tierschutzgesetz. Hinsichtlich der Bewerbung von Preisausschreiben wird auf die Glücksspielabgabepflicht gemäß § 58 Abs. 3 Glücksspielgesetz hingewiesen.
- 3.9. Der Verlag behält sich vor, Werbeeinschaltungen nicht zu veröffentlichen oder veröffentlichte Werbeeinschaltungen abubrechen, wenn diese gegen diese AGB oder gesetzliche Bestimmungen verstoßen.
- 3.10. Der Verlag ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, fehlende Kennzeichnungen im Sinne des § 26 Mediengesetz zu ergänzen und vorhandene Kennzeichnungen nach eigenem Ermessen zu modifizieren, wenn dies angebracht erscheint, um den Vorgaben der zitierten Gesetzesbestimmung zu entsprechen. Die Pflicht zur hinreichenden Kennzeichnung und die Haftung für unzureichende Kennzeichnung liegt bei allen vom Auftraggeber beigebrachten Werbemitteln in jedem Fall beim Auftraggeber. Hiervon unberührt bleiben die zwingenden gesetzlichen Prüf- und Kennzeichnungspflichten des Verlags bei politischer Werbung gem. Punkt 3.12.
- 3.11. Der Verlag ist zu einer Prüfung der bereitgestellten Werbemittel oder eines Gegendarstellungsbegehrens nicht verpflichtet. Der Verlag prüft beauftragte Werbeeinschaltungen nicht individuell auf Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben. Der Auftraggeber sichert dem Verlag zu, alle gesetzlichen Vorgaben einzuhalten. Der Auftraggeber verpflichtet sich, den Verlag sowie dessen Leute hinsichtlich aller Ansprüche, die aus einer von ihm beauftragten Werbeeinschaltung resultieren, und

hinsichtlich jeglicher diesbezüglicher zivil-, straf- oder verwaltungsstrafrechtlicher Inanspruchnahme des Verlags oder seiner Leute vollständig schad- und klaglos (außergerichtlich und gerichtlich) zu halten sowie für die entstandenen Nachteile volle Genugtuung zu leisten. Erlangt der Auftraggeber Kenntnis von rechtswidrigen Vorgängen, ist er verpflichtet, den Verlag hiervon umgehend zu verständigen.

- 3.12. Bei politischer Werbung ist der Verlag gesetzlich verpflichtet und somit ausdrücklich berechtigt, die Veröffentlichung einer Werbeeinschaltung abzulehnen oder eine bereits laufende Werbeeinschaltung unverzüglich einzustellen, wenn der Auftraggeber die erforderlichen Transparenzangaben nach der TTPW-VO nicht, unvollständig oder unrichtig übermittelt oder die zwingenden Formatvorgaben der Durchführungsverordnung (EU) 2025/1410 für Kennzeichnungen nicht eingehalten werden. Etwaige daraus resultierende Verzögerungen oder Ausfälle gehen allein zu Lasten des Auftraggebers.

4. SONDERWERBEFORMEN / BEILAGEN

- 4.1. Vor Auftragsausführung sind dem Verlag 2 Wochen vor dem Erscheinungstermin ein Muster und der Inhalt in geeigneter Form gemäß den gültigen Anzeigenbedingungen vorzulegen. Punkt 3.4 gilt sinngemäß.
- 4.2. Bei Werbeformen, welche die Titelseite miteinschließen (Halbmantel („Flappe“) oder Ummantelung), ist generell der Verlag in den Gestaltungsprozess einzubinden und sind diese durch den Verlag zu genehmigen. Der Auftraggeber verpflichtet sich, bis spätestens 8 Werktage vor dem Erscheinungstermin ein Ansichts-PDF der geplanten Titelseite zur Endfreigabe an den Verlag zu schicken.
- 4.3. Bei aufwändigen Kreativ- und Produktionsleistungen (z.B. komplexe Sonderwerbeformen, Videoproduktionen, umfassende konzeptionelle Arbeiten) gelten die Standardfristen gem. Punkt 3.1 nicht. Für solche Produktionen gelten gesonderte, im jeweiligen Angebot oder Projektplan festgelegte Vorlauf-, Produktions- und Freigabezeiten. Der Auftraggeber verpflichtet sich zu einer zeitgerechten Mitwirkung. Verzögerungen, die durch verspätete Freigaben oder verspätete Materialanlieferungen des Auftraggebers entstehen, verschieben den Erscheinungstermin entsprechend und gehen zu Lasten des Auftraggebers.

5. VERÖFFENTLICHUNG DER WERBEEINSCHALTUNG

- 5.1. Die Digitalwerbung wird in einem sich wiederholenden Loop auf der Website ausgespielt. In einem Loop können neben der Digitalwerbung auch redaktionelle Inhalte des Verlags, Werbung anderer Auftraggeber, Uhrzeit oder sonstige Inhalte enthalten sein. Die Länge des Loops ist dem Produktblatt zu entnehmen. Die Digitalwerbung erfolgt für die Dauer der vereinbarten Einschaltung.
- 5.2. Platzierungswünsche sind nur im Falle der Leistung eines Platzierungszuschlags bindend, andernfalls ist der Verlag unverbindlich um Erfüllung bemüht.
- 5.3. Allfällige Zusagen des Verlags, zur Aufnahme von Printwerbung in bestimmte Ausgaben oder die Platzierung von Digitalwerbung auf bestimmten Unterseiten der Website, sind unverbindlich.
- 5.4. Bei Verschiebung aus technischen Gründen ohne vorherige Benachrichtigung des Auftraggebers kann weder die Zahlung verweigert noch Schadenersatz verlangt werden.
- 5.5. Kosten, die durch die Änderung der ursprünglich vereinbarten Ausführung sowie beigestellten Werbemittel entstehen, werden dem Auftraggeber verrechnet.

5.6. Werbeeinschaltungen, für deren Veröffentlichung ein Entgelt geleistet wird, sind vom Auftraggeber gemäß § 26 Mediengesetz als "*Bezahlte Anzeige*" oder "*Entgeltliche Einschaltung*" zu kennzeichnen, es sei denn, dass zweifelsfrei die Entgeltlichkeit ausgeschlossen werden kann.

5.7. Der Auftraggeber kann eine Änderung der Werbeeinschaltung schriftlich beantragen. Hierfür gelten folgende Fristen:

- a) bei Digitalwerbung: bis zu 3 Werktagen vor dem Einschalttermin;
- b) bei Printwerbung: bis zum Druckunterlagenschluss (in der Regel 2 Werktage vor dem Erscheinungstermin).

Der Verlag genehmigt den Änderungsantrag nur dann, wenn es durch die Änderung zu keinem erheblichen Mehraufwand kommt, oder der Auftraggeber sich ausdrücklich bereit erklärt, die durch die Änderung entstehenden Mehrkosten (nach tatsächlichem Aufwand) zu tragen. Sollten bei Printwerbung kurzfristig – also am Tag vor dem Erscheinungstag und damit nach dem regulären Druckunterlagenschluss – noch neue Werbemittel geschickt werden, ist zusätzlich zur schriftlichen Übermittlung der neuen Unterlagen zwingend ein Anruf beim Verlag erforderlich. Diese telefonische Meldepflicht entfällt nur dann, wenn der Verlag die neu geschickten Druckunterlagen bereits umgehend per E-Mail bestätigt hat.

5.8. Farbabweichungen von Printwerbung gegenüber dem Original bleiben aus drucktechnischen Gründen vorbehalten.

5.9. Der Verlag übernimmt keine eingeschriebenen Chiffrebriefe (Antwortschreiben auf Anzeigen mit Kennzahl) und haftet auf keinen Fall für in Verlust geratene Einsendungen. Eingelangte Chiffrebriefe werden 4 Wochen aufbewahrt. Die nach dieser Zeitspanne nicht abgeholten Zuschriften werden vernichtet. Eine Haftung des Verlages für Nachteile für unchiffriertes Erscheinen einer als Chiffreanzeige beauftragten Einschaltung ist ausgeschlossen.

6. LAUFZEIT UND KÜNDIGUNG

6.1. Diese AGB gelten für die Dauer der Vertragsbeziehung.

6.2. Jede Vertragspartei hat das Recht, den Vertrag jederzeit und mit sofortiger Wirkung aus wichtigem Grund aufzulösen. Ein solcher wichtiger Grund liegt insbesondere vor:

- a) bei einem Verstoß gegen diese AGB durch den Auftraggeber;
- b) bei einem Verstoß gegen wesentliche Vertragsbestimmungen oder Gesetzesbestimmungen;
- c) bei unrichtigen Angaben durch den Auftraggeber;
- d) bei Zahlungsverzug des Auftraggebers trotz vorheriger Mahnung.

7. ABRECHNUNG UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

7.1. Der Preis für die Werbeeinschaltung ("**Werbepreis**") richtet sich nach dem im Zeitpunkt des Werbeauftrags geltenden Anzeigentarif für Printwerbung bzw. der Preisliste für Digitalwerbung. Die Preislisten gelten bis auf Widerruf. Die Abrechnung erfolgt nach den jeweils gültigen Preislisten. Bei Änderungen der Preislisten treten die neuen Preise auch bei aufrechter Vertragsbeziehung sofort in Kraft. Die jeweiligen Werbepreise verstehen sich exklusive anfallender Nebenkosten, allfälliger Werbeabgaben und gesetzlicher Umsatzsteuer.

- 7.2. Der Verlag ist berechtigt, die Werbeeinschaltung ohne Angabe von Gründen von einer Anzahlung eines Teiles oder des gesamten Werbepreises abhängig zu machen. Bei Erstauftraggebern ist eine 100%ige Vorauszahlung verpflichtend.
- 7.3. Sofern nicht anders schriftlich vereinbart (E-Mail genügt), ist die Rechnung innerhalb von 7 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug fällig. Zahlungen haben bar ohne jeden Abzug in der vereinbarten Währung mit schuldbefreiender Wirkung ausschließlich auf das vom Verlag namhaft gemachte Konto zu erfolgen. Für die Rechtzeitigkeit der Zahlung ist bei Überweisungen die unwiderrufliche Gutschrift auf dem vom Verlag bekanntgegebenen Konto maßgebend.
- 7.4. Ein Anspruch auf Rabatt besteht nur bei schriftlicher Vereinbarung spätestens vor der ersten Werbeeinschaltung. In der Vergangenheit liegende Werbeaufträge werden nicht anerkannt, ebenso werden spätere Werbeaufträge nicht rückwirkend anerkannt. Rabatte können nur mit Zustimmung des Verlags sofort bei Rechnungslegung berücksichtigt oder nach Ablauf des Rabattjahres gutgeschrieben werden. Rabattjahr ist das Kalenderjahr. Der Auftraggeber hat die Rabatte (unabhängig davon ob Bar-Rabatt oder Naturalrabatt ("NARA")) im jeweils geltenden Kalenderjahr abzurechnen und aufzubrauchen, andernfalls verfallen sie. Eine Mitnahme allfälliger Rabatte über ein Kalenderjahr hinaus ist nur im Rahmen von Daueraufträgen von mindestens 3 Jahren möglich. Rabattabrechnungen sind schriftlich spätestens drei Monate nach Ablauf des Rabattjahres zu legen.
- 7.5. Mengenrabatte werden nur bei vorheriger Bekanntgabe des Gesamtauftragsvolumen gewährt.
- 7.6. Im Falle des Zahlungsverzuges werden Verzugszinsen in der Höhe von 9,2% Punkten über dem von der ÖNB halbjährlich veröffentlichten Basiszinssatz verrechnet. Die Kosten für allfällige Mahnungen sowie die Kosten einer notwendigen und nicht von vornherein aussichtslosen Forderungseintreibung (z. B. durch einen Rechtsanwalt oder ein Inkassobüro) trägt der Auftraggeber, auch wenn es sich um vorprozessuale Kosten handelt.
- 7.7. Bei Verzug mit der Zahlung auch nur einer Rechnung oder bei Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen des Auftraggebers oder entsprechendem Antrag werden alle Rechnungen sofort zur Zahlung fällig (Terminverlust) und darauf gewährte Rabatte, Abschläge oder Boni hinfällig. Wenn der Auftraggeber mit seiner Zahlung in Verzug gerät, können die Erfüllung noch nicht durchgeführter Aufträge sowie die Annahme weiterer Aufträge abgelehnt und von einer Vorauszahlung abhängig gemacht werden.
- 7.8. Die Aufrechnung mit Gegenforderungen oder die Zurückbehaltung von Zahlungen – aus welchen Gründen auch immer – durch den Auftraggeber ist nur mit schriftlicher Vereinbarung der Vertragsparteien zulässig.
- 7.9. Für den Fall, dass der Auftraggeber die Ausführung von vom Verlag bestätigter Werbeaufträge nicht wünscht, wird ein Betrag von 20% des Inseratenwertes zuzüglich bereits angefallene Satz-, Repro- und Lithokosten in Rechnung gestellt. Der Verlag behält sich die Geltendmachung weiterer oder weitergehender Ansprüche vor. Erfolgt ein Anzeigenstorno nach Anzeigenschluss wird dem Auftraggeber der volle Anzeigenpreis in Rechnung gestellt.
- 7.10. Es gelten folgende Stornobedingungen für den Auftraggeber:
- a) bis 1 Woche vor dem Einschalttermin: Storno kostenfrei möglich

- b) 5 – 4 Werktage vor dem Einschalttermin: Stornogebühr 20 % des Werbepreises
- c) 3 Werktage vor dem Einschalttermin: Stornogebühr 50 % des Werbepreises
- d) 2 Werktage vor dem Einschalttermin: Stornogebühr 80 % des Werbepreises
- e) 1 Werktag vor dem Einschalttermin: Stornogebühr 100 % des Werbepreises

7.11. Stornobedingungen Sonderwerbformen (TOC und Beilagen):

- a) Bis 4 Wochen vor ET: Storno kostenfrei möglich
- b) Bis 1 Woche vor ET: 20 % Stornogebühr auf Basis der Einschaltkosten
- c) Ab 3 Tage vor ET: 50 % Stornogebühr auf Basis der Einschaltkosten
- d) 1 Werktag vor ET: 100 % Stornogebühr auf Basis der Einschaltkosten.

7.12. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Werbeeinschaltungen, wenn die Werbeaufträge mit 80 % der zugesicherten Druckauflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausenderpreis gemäß der Kalkulationsauflage zu bezahlen.

8. URHEBERRECHT UND GEWERBLICHE SCHUTZRECHTE

- 8.1. Durch die Bereitstellung von Werbemitteln gewährt der Auftraggeber dem Verlag das nicht ausschließliche, übertragbare, unterlizenzierbare, gebührenfreie, weltweite, für die Dauer des Vertrags befristete Recht, die vom Auftraggeber bereitgestellten Werbemittel zur Erfüllung des Auftrags zu nutzen, zu speichern, zu reproduzieren, zu veröffentlichen und zu verbreiten.
- 8.2. Der Auftraggeber garantiert, über alle Rechte an den bereitgestellten Werbemitteln zu verfügen und hält den Verlag bei allfälligen Schäden, die aus der Verletzung dieser Verpflichtung rühren, schad- und klaglos.
- 8.3. Mit Ausnahme der Werbemittel sind alle Elemente der Website, der Tageszeitung „Heute“ sowie sämtlicher anderer vom Verlag herausgegebenen Publikationen – einschließlich Texte, Bilder, Illustrationen sowie das Layout, Design und die Struktur – durch Urheberrechte, Markenrechte und andere gewerbliche Schutzrechte des Verlags geschützt.

9. GEWÄHRLEISTUNG / HAFTUNG

- 9.1. Der Kunde hat die veröffentlichte Werbeeinschaltung umgehend zu untersuchen und allfällige Mängel binnen fünf Werktagen nach Erscheinen der Werbeeinschaltung mittels eingeschriebenen Briefes unter Bekanntgabe des Mangels bei sonstigem Ausschluss jeglicher Ansprüche zu rügen. Wird eine Mängelrüge nicht oder nicht rechtzeitig erhoben, so gilt die erbrachte Leistung als mangelfrei erbracht. Damit sind auch sonstige Ansprüche aus Irrtum oder Schadenersatz ausgeschlossen.
- 9.2. Bei telefonischer Auftragserteilung oder Änderung (im Fall von Wortanzeigen) übernimmt der Verlag keine Gewähr und Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.
- 9.3. Satzfehler und andere Mängel in den vom Auftraggeber bereitgestellten Werbemitteln hat ausschließlich der Auftraggeber zu vertreten.
- 9.4. Druck- oder Abbildungsfehler, die vom Verlag zu vertreten sind, jedoch den Sinn der Werbeeinschaltung nicht wesentlich beeinträchtigen, begründen keine Ansprüche gegen den Verlag.

- 9.5. In den Fällen eines vom Verlag zu vertretenden, unleserlichen, unrichtigen oder unvollständigen Abdruckes einer Printwerbung, wodurch der Sinn des Inserates oder die Werbewirkung wesentlich beeinträchtigt sind, hat der Auftraggeber nur Anspruch auf Nachholung der mangelfreien Einschaltung zum nächstmöglichen Termin. In den Fällen, in denen dem Auftraggeber eine Ersatzprintanzeige unzumutbar ist, hat er einen Anspruch auf Preisminderung. Weitergehende Gewährleistungsverpflichtungen des Verlages sind ausgeschlossen. Im Zweifel unterwirft sich der Verlag den Empfehlungen des Gutachterausschusses für Druckreklamationen.
- 9.6. Bei Nichterscheinen der Zeitung für Printwerbung oder Nichtveröffentlichung der Werbeeinschaltung zum vereinbarten Einschalttermin aus Gründen, die vom Verlag zu vertreten sind, hat der Auftraggeber ebenfalls nur Anspruch auf Nachholung der mangelfreien Werbeeinschaltung zum nächstmöglichen Termin, soweit dem Auftraggeber die Nachholung zumutbar ist.
- 9.7. Der Verlag haftet nur für Schäden aufgrund Vorsatzes und grober Fahrlässigkeit, mit Ausnahme für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit von Personen, Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz oder Schäden aufgrund der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. Die Haftung des Verlags für Folgeschäden, entgangenen Gewinn und nicht erreichte Ziele ist in jedem Fall ausgeschlossen. Insbesondere ist eine Haftung des Verlags für Schäden, die durch Nichtveröffentlichung der Werbeeinschaltung an einem bestimmten Tag oder durch Druck-, Satz- oder Platzierungsfehler entstehen, ausgeschlossen. Die Haftung für grobe Fahrlässigkeit ist bei Printwerbung mit dem auf den betroffenen Teil der Auflage entfallenden anteiligen Einschaltungsentgelt und bei Digitalwerbung mit dem Werbepreis für die betroffene Werbeeinschaltung absolut begrenzt. Der Auftraggeber hat Schadenseintritt, Kausalität, Rechtswidrigkeit und Verschulden, einschließlich des Vorliegens von leichter bzw. grober Fahrlässigkeit und Vorsatz, zu beweisen. Ersatzansprüche verjähren innerhalb von 6 Monaten ab Kenntnis und jedenfalls 2 Jahre ab Einschaltungstermin von Schaden und Schädiger.
- 9.8. Da die Produktion auf Schnellautomaten erfolgt, kann bei Sonderwerbformen von Printwerbung (Kleber, Beileimer, Memosticks usw.) aus technischen Gründen eine 100%ige Streuung nicht garantiert werden. Hier gilt eine Toleranzgrenze von 5% als vereinbart.
- 9.9. Sollten dem Verlag bereitgestellte Werbemittel nicht gemäß den Anzeigen- bzw. Gestaltungsbedingungen und in der geforderten Mindestqualität übermittelt werden, so können für das Verarbeitungs- und Veröffentlichungsergebnis keine Schadenersatzansprüche geltend gemacht werden.

10. ANWENDBARES RECHT, GERICHTSSTAND UND ERFÜLLUNGORT

- 10.1. Es wird die ausschließliche Anwendbarkeit österreichischen materiellen Rechtes unter Ausschluss des UN-Kaufrechtes und der internationalen Kollisionsnormen vereinbart.
- 10.2. Für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit dem Vertrag oder den AGB ist ausschließlich die Zuständigkeit des sachlich zuständigen Gerichtes am Sitz des Verlags vereinbart.
- 10.3. Für Lieferungen, Leistungen und Zahlungen gilt als Erfüllungsort der Sitz des Verlags.

11. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

- 11.1. Die Vertragssprache ist deutsch.

- 11.2. Jegliche Abtretung der Rechte und Pflichten aus dem Vertrag darf nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung durch den Verlag erfolgen.
- 11.3. Sollten etwaige Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleiben die übrigen Bestimmungen hierdurch in ihrer Wirksamkeit unberührt. Anstelle einer etwa unwirksamen Bestimmung gilt als vereinbart, was in rechtlich zulässiger Weise der unwirksamen Bestimmung wirtschaftlich am nächsten kommt.
- 11.4. Sämtliche Vereinbarungen, nachträgliche Änderungen, Ergänzungen, Nebenabreden usw. bedürfen zu ihrer Gültigkeit der Schriftform. Dies gilt auch für das Abgehen vom Schriftformerfordernis.