

Anwendbarkeit/Vertragsparteien.

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden AGB genannt) regeln die vertraglichen Beziehungen zwischen dem Werbeauftraggeber (im Folgenden WA genannt) und der comparis.ch AG (im Folgenden Publisher genannt) für Werbeaufträge für alle Websites des Publishers sowie Mobile Applikationen. Als „Werbeauftrag“ gilt der Auftrag des WA über die Schaltung eines oder mehrerer Werbemittel auf den Websites und/ oder Mobile Applikationen des Publishers. Als integrierende Vertragsbestandteile dieser AGB gelten die vom Publisher online publizierten oder sonst wie in geeigneter Weise (z.B. per E-Mail oder schriftlich) dem WA mitgeteilten Regeln, welche betreffend der Werbeaufträge für die einzelnen Websites und/ oder Mobile Applikationen des Publishers, die zur Verfügung stehenden Werbegefässe sowie Ablauf, Inhalt, Preis und Abwicklung der Werbeaufträge näher spezifizieren. Integrierter Vertragsbestandteil ist insbesondere der Tarif des Publishers.

1. **Aufgabe, Änderung und Sistierung von Werbeaufträgen** müssen schriftlich erfolgen, wobei bereits Fax oder E-Mail an die Verkaufsabteilung jeweils dem Schriftlichkeitserfordernis genügen. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich nur zustande durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Publishers per E-Mail.
2. **Änderungen, Sistierungen oder Stornierung von Werbeaufträgen** sind nur wie folgt möglich:
 - 2.1 Eine Stornierung des Werbeauftrags mit einer Kampagnendauer von 1 - 12 Wochen ist kostenlos durch den WA bis 15 Werktage vor dem ersten vereinbarten Erscheinungsdatum möglich. Bei einer Stornierung bis 8 Werktage vor der ersten Einschaltung erhält der WA 50% Rabatt. Bei späterer Stornierung ist ein Rabatt ausgeschlossen.
 - 2.2.1.1. Eine Stornierung des Werbeauftrags mit einer Kampagnendauer von 3 - 6 Monaten ist kostenlos durch den WA bis 1 Monat vor dem ersten vereinbarten Erscheinungsdatum möglich. Bei einer späteren Stornierung vor der ersten Einschaltung erhält der WA 50% Rabatt. Bei späterer Stornierung ist ein Rabatt ausgeschlossen.
 - 2.2.1.2. Eine Stornierung des Werbeauftrags mit einer Kampagnendauer von 6 - 12 Monaten ist kostenlos durch den WA bis 2 Monate vor dem ersten vereinbarten Erscheinungsdatum möglich. Bei einer späteren Stornierung vor der ersten Einschaltung erhält der WA 50% Rabatt. Bei späterer Stornierung ist ein Rabatt ausgeschlossen.
3. **Änderungen und Sistieren des Werbeauftrags sind kostenfrei möglich**, wenn des Netto Netto Auftragsvolumen vollumfänglich im Verlauf des laufenden Kalenderjahres für die gleiche Kampagne wieder gebucht und abgenommen wird. Sollte dies im laufenden Kalenderjahr aus Gründen wie beispielsweise der im Kalenderjahr verbleibenden Tage oder der Verfügbarkeit nicht mehr möglich sein, so muss das Buchungsvolumen vollumfänglich bis Ende des 1. Quartals des Folgejahres abgenommen werden.

4. Mindestbuchungsvolumina. Allfällige für die Erteilung von Werbeaufträgen massgebliche Mindestbuchungsvolumina sind im Tarif festgelegt.

5. Nichterscheinen von Werbemitteln. Das Nichterscheinen eines Werbemittels, die Platzierung an einer anderen Stelle oder an einem anderen Datum sowie eine verspätete Auslieferung infolge technischer Störungen berechtigen nicht zur Geltendmachung irgendwelcher Schadenersatzansprüche.

6. Änderung von Werbemitteln. Der Publisher behält sich jederzeit vor, Änderungen der Werbemittel zu verlangen oder Werbemittel bzw. Werbeaufträge ohne Angabe von Gründen abzulehnen bzw. zu sistieren.

7. Verantwortung für die Werbemittel. Der WA ist für den Inhalt der Werbemittel verantwortlich. Er ist verpflichtet, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen, Richtlinien und Verbandsregeln der Branche einzuhalten und keine Rechte Dritter zu verletzen und stellt, soweit rechtlich möglich, den Publisher, dessen Organe und Hilfspersonen von jeglichen Ansprüchen Dritter frei. Wird der Publisher gerichtlich belangt, ist der WA verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Inserent ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit Ansprüchen Dritter oder dem Vorgehen von Behörden anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

8. Die Anlieferung der Werbemittel muss spätestens bis 3 Arbeitstage vor Kampagnenstart erfolgen, andernfalls kann die Aufschaltung nicht termingerecht erfolgen. Die Anlieferung der Werbemittel hat dabei gemäss Spezifikation des Publishers zu erfolgen.

9. Die Auslieferung der Werbemittel. Der Publisher übernimmt die Kontrolle & Optimierung bei der Auslieferung der Werbemittel, und liefert nach Abschluss der jeweiligen Buchung das Endreporting innert nützlicher Frist.

10. Störungen, Fehler, Mängel/Gewährleistung/Haftung des Publishers. Der Publisher bemüht sich um eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Wiedergabe der Werbemittel und bemüht sich, Störungen, Fehler und Mängel möglichst rasch zu beheben. Dem WA ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit die Verfügbarkeit der Systeme und eine fehlerfreie Wiedergabe zu erbringen. Der Publisher gewährleistet keine Verfügbarkeit und keine Fehler-, Mängel- oder Störungsfreiheit. Ausser bei Grobfahrlässigkeit oder Absicht ist jegliche Haftung des Publishers wegbedungen. Die Haftung für Hilfspersonen des Publishers ist generell wegbedungen. Die Haftung ist zudem im Haftungsfall auf direkte Schäden beschränkt und betragsmässig auf maximal die Rückerstattung der durch den WA für den betreffenden Werbeauftrag geleisteten Vergütung bzw. die Gewährung einer entsprechenden Gutschrift für die Schaltung von Werbemitteln. Nicht gehaftet wird insbesondere, wenn Mängel: bloss unwesentlich sind, z.B. weder Sinn noch die Werbewirkung des Werbemittels wesentlich beeinträchtigen; durch Störungen der Kommunikationsnetze (z.B. Leitungs- oder Stromausfall)

verursacht werden; durch Verwendung einer nicht geeigneten Software/Hardware des Users (z.B. Browser) hervorgerufen werden; bei Dritten oder dem Publisher durch Rechner- oder Softwareausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall hervorgerufen werden. Ist ein Ausfall durch den Ad-Server verursacht und erstreckt er sich über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10% der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung wird der Publisher versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder den Kampagnenzeitraum zu verlängern, sofern dies den Interessen des WA entspricht. Hat der Ausfall des Ad-Servers keinen Einfluss auf die Ad-Impressions, werden diese also dennoch erreicht, so erfolgt keine Nachlieferung bzw. Verlängerung. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb des ursprünglich gebuchten bzw. verlängerten Kampagnenzeitraums, entfällt die Zahlungspflicht des WA für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitergehende Ansprüche sind auch in diesem Fall ausgeschlossen. Insbesondere für Werbemittel, die infolge fehlender oder ungeeigneter Werbemittel nicht einwandfrei erscheinen. Dies gilt ebenso für Werbemittel, deren Qualität vom Publisher beanstandet wurde und die trotz Intervention nicht durch einwandfreies Material ersetzt wurden.

11. Mängelrüge. Der WA hat das geschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist beginnt bei offenen Mängeln mit der Aufschaltung des Werbemittels, bei welcher die Prüfung auf Mängel durchgeführt werden muss, und endet spätestens nach Auslieferung von 20% der gebuchten Medialeistung. Unterlässt der WA die unverzügliche Mängelrüge, so gilt die Erfüllung des Auftrags als genehmigt. Reklamationen betreffend Rechnungsstellung werden nur innerhalb 10 Tagen nach Rechnungsstellung angenommen.

12. Berechnungsgrundlage für Abrechnung. Als relevante Berechnungsgrundlage für die korrekte Durchführung von Kampagnen sowie die Erstellung der Abrechnung derselben gilt die Auswertung des AdManagement-Tools des Publishers (Primary Adserver).

13. Zählmethodik und Verrechnung. Der effektive Rechnungsbetrag basiert auf den durch den Publisher gezählten Distributionsvolumina gemäss vorgehenden Absatzes Ziff. 12 (Primary Adserver), die auf Verlangen des Auftraggebers offengelegt werden. Bei Zählerdifferenzen zwischen dem Adserver des Werbeauftraggebers und dem des Publishers wird die Hälfte der Summe der Zählerdifferenzen durch den Publisher akzeptiert und wenn möglich nachgeliefert.

14. Umstellung auf HTTPS. Durch eine technische Veränderung seitens der neuesten Browserversionen müssen seitens des WA zwingend Anpassungen an der Tag-Architektur umgesetzt werden.

Fehlermeldung der neusten Browserversionen: Neue Browserversionen (auch IE) können per default mixed-content Seiten (http und https auf einer einzelnen Seite) nicht mehr darstellen. Seiten mit http/https-TAGs (Links zu Zielseiten und Redirects) werden teilweise komplett geblockt. Als Grund wird der Sicherheitshinweis über das fehlende Zertifikat / unsichere Verbindung oder im schlechtesten Fall gar keine Zusatzinformation angezeigt.

Ziel: Beim Erstellen von Display-Anzeigen oder weiterführenden Links bzw. Redirects / TAGs dürfen ausschliesslich gesicherte (https)-Link eingetragen werden. Anzeigen mit Links beginnend mit dem Prefix "http" müssen durch das Prefix "https" ersetzt werden. Alle noch bestehenden "http" - Adtech Platzierungstags auf comparis.ch werden per 07. Januar 2014 auf "https" umgeschrieben. Die Seiten müssen ab diesem Zeitpunkt auf Seite des WA via https-Aufruf erreichbar sein. Alle TAGs im Adserver des Publishers werden auf https umgeschrieben werden (dies betrifft alle Platzierungen). Der WA verpflichtet sich, alle Redirect-Links (TAGs) in https anzuliefern. Der WA stellt sich, dass seine Zielseiten per https-Aufruf erreichbar sind.

15. Rabattierungen: Es gelten die Rabattierungen gemäss Tarif.

16. Zahlungskonditionen. Sofern keine gegenteilige Vereinbarung vorliegt, sind die Rechnungen innerhalb von 30 Tagen ohne Skontoabzug zu bezahlen. Unberechtigte Skontoabzüge werden nachgefordert.

17. Bonität. Der Publisher behält sich jederzeit vor, die Bonität von Inserenten zu überprüfen.

18. Nutzungsrecht. Der WA überträgt dem Publisher alle erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Zugänglichmachung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang, welche für die Nutzung der Werbung für Online und Mobile erforderlich sind. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online,- und Mobile-Medien.

19. Datenschutz. Der WA sichert dem Publisher zu, dass er die **Vorgaben des Bundesgesetz über den Datenschutz (DSG) einhalten wird**, sollte der WA durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Online,- und Mobile-Angeboten des Publishers gewinnen oder sammeln.

20. Daten. Sofern beim WA anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbare) Daten aus dem Zugriff auf die von ihm für Online,- und Mobile-Angebote des Publishers ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der WA diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne für den konkreten Werbetreibenden, der den WA mit der Schaltung der jeweiligen Kampagne beauftragt hat, auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen auf den Online,- und Mobile-Angeboten des Publishers generiert worden sind.

Darüber hinaus ist dem WA eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbeziehbar) aus dem Zugriff auf die von ihm für Online,- und Mobile-Angebote des Publishers ausgelieferten Werbemittel untersagt. Insbesondere darf der WA die Daten aus Werbeschaltungen auf den Online,- und Mobile-Angeboten des Publishers 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 Online,- und Mobile-Angebot des Publishers und deren weitere Nutzung.

Setzt der WA für die Schaltung von Werbemitteln auf den Onlineangeboten des Publishers Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

21. Der WA wird Software auf dem neuesten Stand der Technik einsetzen und gewährleistet, dass die übermittelten oder von ihm eingestellten Werbemittel frei von schädlichem Code, wie z.B. Viren, Trojaner, etc. sind.

22. Gerichtsstand und anwendbares Recht. Dieser Vertrag untersteht dem schweizerischen materiellen Recht. Gerichtsstand ist Zürich.

23. Änderungen der Geschäftsbedingungen; Tarifänderungen. Der Publisher ist berechtigt, diese Geschäftsbedingungen, den Tarif sowie allfällige weitere Regelungen jederzeit zu ändern. Die geänderten Geschäftsbedingungen, Regelungen und Tarife treten für alle WA gleichzeitig in Kraft und werden auch auf laufende Werbeaufträge angewendet. Der WA hat jedoch das Recht, bei Änderungen der Preise innerhalb von 2 Wochen seit schriftlicher Bekanntgabe der neuen Preise vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf Rückvergütung der bis zum betreffenden Zeitpunkt noch nicht bezogenen Medialeistungen und den Rabatt, der gemäss Rabattskala den effektiv bezogenen Medialeistungen entspricht. Der Publisher bleibt frei, jederzeit insbesondere die zur Buchung zur Verfügung gestellten Werbegefässe zu ändern oder Werbegefässe ganz oder teilweise aus dem Angebot zu entfernen. Werden bereits gebuchte Werbegefässe während der vorgesehenen Kampagnendauer durch den Publisher wesentlich geändert oder eingestellt, erhält der Inserent für die bei Inkraftsetzung der neuen Regelung noch nicht bezogenen Medialeistungen eine Gutschrift, die er unmittelbar für die Buchung der geänderten oder übrigen Werbegefässe derselben Websites verwenden kann.

24. AGB des WA wegbedungen. Allfällige Allgemeine Geschäftsbedingungen („AGB“ genannt) des WA sind wegbedungen, selbst wenn der WA sich auf eigene AGB bezieht und der Publisher es unterlässt, ausdrücklich zu widersprechen oder die AGB des WA (erneut) ausdrücklich wegzubedingen.

Alle Preise verstehen sich zuzüglich 8% Mehrwertsteuer.

Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen treten ab dem 01.01.2014 in Kraft.