

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Inhaltsverzeichnis

- [für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen](#)
- [für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE](#)
- [für das Studienorientierungsangebot HeyStudium](#)
- [für die Nutzung der Plattform „BOA – Recruiting & Jobmatching“](#)
- [für die Nutzung der Stellenmärkte auf academics](#)
- [general terms and conditions \(GTC\) for employers of academics \(in english\)](#)
- [für die Anmeldung und Teilnahme an ZEIT MEDIA Veranstaltungen](#)
- [der Studio ZX GmbH](#)



Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

1. Geltungsbereich

1.1 Nachfolgende Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen (nachfolgend als „AGB“ bezeichnet) des Verlages gelten gegenüber Unternehmern, Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen für alle Anzeigenaufträge und Abschlüsse ausschließlich.

1.2 Die AGB des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Gültigkeit ausdrücklich zu.

1.3 Die AGB des Verlages gelten auch dann, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichender Bedingungen des Auftraggebers den Anzeigenauftrag bzw. den Abschluss vorbehaltlos ausführt.

1.4 Der Auftraggeber kann diese AGB jederzeit auf <http://www.media.zeit.de> abrufen, ausdrucken, herunterladen bzw. speichern.

2. Anzeigenauftrag und Abschluss

2.1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die terminierte Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel wie z. B. Beilagen (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines „Werbungtreibenden“ oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2.2 „Abschluss“ im Sinne der AGB ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen erst aufgrund der Freigabe des Auftraggebers erfolgen.

3. Anzeigenabruf

Anzeigen sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss zur Veröffentlichung abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses dem Auftraggeber das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Abschluss innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

4. Erstattung von Nachlässen und Rabatten

Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Veröffentlichung von Anzeigen entsprechenden Nachlass bzw. dem Rabatt dem Verlag zu erstatten.

5. Errechnung der Abnahmemengen/Größenberechnung

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

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

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

6. Ablieferung beim Verlag

6.1 Anzeigen, die gemäß dem Anzeigenauftrag oder dem Abruf nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wann die Veröffentlichung auf diese Weise auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6.2 Bestimmte Platz- und Datenvorschriften sind nur bindend, wenn sie vom Verlag bestätigt wurden. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden. Im Übrigen unterliegen alle Anzeigen dem Schieberecht, das heißt Erscheinungstermine können in den Grenzen dieser AGB vom Verlag einseitig verschoben werden.

6.3 Macht der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich von der Aufnahme der Anzeige in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift abhängig, so beschränken sich die Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag auf Rückgängigmachung des Vertrages, Zahlungsminderung oder Ersatzanzeige. Für Beilagenaufträge gilt die Regelung sinngemäß.

6.4 Der Verlag behält sich das Recht vor, bei Abnahme von vier Seiten und mehr in einer Ausgabe, für Sonderaufträge ab 100.000 mm und für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.

7. Textteilanzeigen, Anzeigen mit Coupon und Advertorials

7.1 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 als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

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

7.3 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 Verlag ohne Rücksprache mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Musters sowie das Recht vor, bei besonderen Publikationen Sonderpreise festzusetzen. Dem Verlag ist ein Advertorial mindestens fünf Tage vor Druckunterlagenschluss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

8. Ablehnung der Veröffentlichung

8.1 Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer entsprechenden Prüfpflicht vor, den Abruf bzw. die Veröffentlichung von Anzeigen abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag insbesondere wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen und sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages unzumutbar ist, die Anzeige Werbung von Dritten oder solche für Dritte enthält oder sich die Anzeige in Bild, Text oder Aufmachung auf die Zeitschrift bezieht. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend.

8.2 Die Ablehnung des Abrufes bzw. der Veröffentlichung einer Anzeige wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Verbundwerbung

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

10. Druckvorlagen und Proofs

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

10.2 Proofs werden vom Verlag nur auf ausdrücklichen und schriftlichen Wunsch des Auftraggebers geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Proofs. Der Verlag 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 Verlag dennoch Anspruch auf die vereinbarte Vergütung.

10.3 Die Kosten des Verlages für auf Wunsch des Auftraggebers vom Verlag erstellte Druckvorlagen oder für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der vom Auftraggeber gelieferten Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

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

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

11. Veröffentlichungen 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 Verlag 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 Verlag 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.

12. Rechte wegen Mängeln

12.1 Der Auftraggeber hat die Anzeige unverzüglich nach ihrer Veröffentlichung auf etwaige Mängel hin zu überprüfen und, wenn sich ein offensichtlicher Mangel zeigt, diesen dem Verlag binnen einer Frist von einer Woche ab Veröffentlichung schriftlich anzuzeigen. Nicht offensichtliche Mängel hat der Auftraggeber binnen einem Jahr 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 Ziffer 12.2. und 12.4. verliert.

12.2 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.

12.3 Der Verlag hat das Recht, die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige zu verweigern, wenn dies einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhaltes des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder dies für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist.

12.4 Lässt der Verlag eine ihm für die Veröffentlichung der Ersatzanzeige gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert der Verlag die Veröffentlichung einer Ersatzanzeige oder ist die veröffentlichte Ersatzanzeige erneut mangelhaft, kann der Auftraggeber die Vergütung mindern oder vom Vertrag zurücktreten und Ersatz wegen vergeblicher Aufwendungen oder Schadensersatz anstatt Leistung verlangen. Die Rechte des Auftraggebers zum Rücktritt vom Vertrag und auf Schadensersatz anstatt der Leistung sind ausgeschlossen, wenn der Mangel nur unerheblich ist.

12.5 Die Ansprüche des Auftraggebers wegen Mängeln verjähren ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

12.6 Aus technischen Gründen ist es nicht immer möglich, die Online-Anzeige, die auf den Portalen academics.de, academics.com und zeit.de/jobs veröffentlicht wird, 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 und academics übernimmt keine Haftung wegen solcher Abweichungen.

13. Haftung

13.1 Der Verlag haftet unbeschränkt für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

13.2 Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Verlag – außer im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – nur, sofern nicht Pflichten verletzt werden, deren Erfüllung dem Vertrag das Gepräge gibt und auf die der Kunde vertrauen darf. Die Haftung Verlages ist in diesen Fällen begrenzt auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden.

13.3 Der Verlag haftet nach Ziffer 13.2. höchstens bis zu einem Betrag in Höhe des Gesamtvolumens des Anzeigenauftrages.

13.4 Eine Haftung für mittelbare und unvorhersehbare Schäden, entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen und Vermögensschäden wegen Ansprüchen Dritter ist im Falle einfacher Fahrlässigkeit – außer bei Vorliegen der Haftungsvoraussetzungen nach Ziffer 13.2. – ausgeschlossen.

13.5 Die Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse nach Ziffern 13.2. und 13.4. gelten nicht für eine gesetzlich vorgeschriebene verschuldensunabhängige Haftung oder für die Haftung aus einer verschuldensunabhängigen Garantie.

13.6 Die Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse nach Ziffern 13.2. und 13.4. gelten auch für persönliche Haftung der Arbeitnehmer, Angestellten, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen des Verlages.

14. Preise und Zahlungsbedingungen

14.1 Preise, Aufschläge und Nachlässe bzw. Rabatte ergeben sich für alle Auftraggeber einheitlich aus der im Zeitpunkt des Anzeigenauftrages bzw. des Abrufes gültigen Preisliste des Verlages.

14.2 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 Verlag gezwungen ist, seine Preisliste entsprechend anzupassen, ist der Verlag berechtigt, die hieraus resultierenden erhöhten Preise gegenüber dem Auftraggeber geltend zu machen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

14.3 Der Verlag versendet die Rechnungen am Veröffentlichungstag der Anzeige. Die Rechnungen des Verlages werden innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen und vom Empfang der Rechnung an zu laufenden Frist zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

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

14.5 Im Falle eines Verzuges des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses bis zur vollständigen Bezahlung der Außenstände zurückzustellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung zu verlangen. Die sich für den Fall des Verzuges des Auftraggebers aus dem Gesetz ergebenden Ansprüche des Verlages bleiben unberührt.

14.6 Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses von der teilweisen oder vollständigen Vorauszahlung aller dem Verlag nach dem Anzeigenauftrag zustehenden Beträge abhängig zu machen.

14.7 Zu Beginn einer neuen Geschäftsbeziehung behält sich der Verlag vor, vom Auftraggeber Vorauszahlung bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

14.8 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.

15. Anzeigenbeleg

Der Verlag 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.

16. Werbungsmittler und Werbeagenturen

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

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

17. Konzernrabattierung

17.1 Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 % besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte eines Abschlusszeitraumes, ansonsten spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden.

17.2 Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

18. Ziffernanzeigen

Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag 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 Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag 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 entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/ Kosten übernimmt.

19. Rechtsgarantie und Rechtseinräumung

19.1 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 zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages bzw. Abschlusses von allen Ansprüchen Dritter frei, die von diesen gegen den Verlag im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Anzeigen geltend gemacht werden. Der Auftraggeber stellt den Verlag diesbezüglich zudem von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung frei.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

Schließlich ist der Auftraggeber verpflichtet, den Verlag 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.

19.2 Der Auftraggeber überträgt dem Verlag 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.

20. Höhere Gewalt

20.1 Fälle höherer Gewalt berechtigen den Verlag, die Veröffentlichung der Anzeigen so lange hinauszuschieben, wie das Ereignis andauert. Wird dem Verlag die Veröffentlichung infolge höherer Gewalt – mindestens aber für einen Zeitraum von sechs Monaten – unmöglich, wird der Verlag von der Veröffentlichungspflicht frei.

Unter den Begriff der höheren Gewalt fallen alle Umstände, welche der Verlag nicht zu vertreten hat und durch die dem Verlag die Veröffentlichung unmöglich gemacht oder unzumutbar erschwert wird, wie z. B. bei Streik, rechtmäßiger Aussperrung, (Bürger-) Krieg, Terrorakten, Unruhen, Naturkatastrophen, Ein- und Ausfuhrverboten, Energie- und Rohstoffmangel und vom Verlag nicht zu vertretender, nicht rechtzeitiger Selbstbelieferung. Wird der Verlag von der Veröffentlichungspflicht frei, ist der Auftraggeber berechtigt, vom Anzeigenauftrag bzw. dem Abschluss zurückzutreten.

20.2 Beeinträchtigen Fälle der höheren Gewalt lediglich die Auflagenhöhe des Verlagsobjektes, hat der Verlag 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 Verlag 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.

21. 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 Verlag behält sich eine Nachberechnung der Mehrwertsteuer in der gesetzlich geschuldeten Höhe für den Fall vor, dass die Finanzverwaltung die Steuerpflicht der Anzeige (Beilage) bejaht.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen

22. Werbung

Der Verlag ist dazu berechtigt, seinen Anzeigenkunden E-Mails mit Werbung zu eigenen ähnlichen Angeboten zuzusenden. Sollte eine entsprechende Verwendung der Daten nicht gewünscht sein, kann der entsprechenden Datenverwendung jederzeit, beispielsweise per E-Mail, widersprochen werden.

23. Erfüllungsort und Gerichtsstand

23.1 Der Anzeigenauftrag und Abschluss sowie die vorliegenden AGB unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

23.2 Ausschließlicher Erfüllungsort für alle Pflichten des Auftraggebers ist der Sitz des Verlages.

23.3 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.

23.4 Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

23.5 Änderungen und Ergänzungen der AGB sowie Nebenabreden bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für eine Abbedingung dieser Schriftformklausel.

23.6 Sollte eine der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung werden die Parteien eine wirksame Bestimmung treffen, die den AGB im Ganzen sowie den vertraglichen Absprachen in tatsächlicher, rechtlicher und wirtschaftlicher Hinsicht möglichst nahe kommt. Ebenso ist zu verfahren, wenn die AGB eine Lücke aufweisen sollte.

24. Streitbelegungsverfahren und Verbraucherschlichtungsstellen

Wir weisen darauf hin, dass wir uns gegen eine Teilnahme an Streitbelegungsverfahren vor Verbraucherschlichtungsstellen entschieden haben.

Hinweis im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes: Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird auf eine geschlechterspezifische Darstellung, wie z.B. Student/innen, verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

Stand: 18.01.2018

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

1. Vertragsgegenstand / Begriffsbestimmungen

1.1 "Werbeauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in den von ZEIT MEDIA vermarkteten Informations- und Kommunikationsdiensten (nachfolgend gemeinsam "Werbebläche" genannt), zum Zwecke der Verbreitung. ZEIT MEDIA schließt die Werbeaufträge, sofern sich aus den besonderen Vertragsbedingungen nichts Gegenteiliges ergibt, im eigenen Namen und auf eigene Rechnung ab.

1.2 "Werbekunde" ist diejenige Person oder das Unternehmen, für die ZEIT MEDIA Werbemittel platzieren soll. Werbekunde kann entweder der Werbetreibende selbst (der eigene Waren oder Dienstleistungen bewirbt) oder eine Agentur sein, die im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und Dienstleistungen wirbt.

1.3 Ein "Werbemittel" im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind die Werbematerialien, die der Werbekunde ZEIT MEDIA zur Platzierung auf den Werbeplätzen zur Verfügung stellt. Diese können zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner), aus einer sensitiven Fläche, die beim Anklicken die Verbindung mittels einer vom Werbekunden genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Werbekunden liegen (z.B. Link).

1.4 Der Werbekunde kauft bei Kontaktbuchungen (auf CPM/CPx-Basis) eine Ad Impression für min. 20 Sekunden auf einer entsprechenden Platzierung. ZEIT MEDIA hat das Recht nach 20 Sekunden einen Refresh auf der entsprechenden Platzierung vorzunehmen und ein neues Werbemittel zu laden.

2. Vertragsschluss

2.1 Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag durch die Auftragsbestätigung (schriftlich, per Email oder per Telefax) zustande. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen können nicht als Wille zum Abschluss einer Vereinbarung gedeutet werden.

2.2 Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbetreibender Werbekunde werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. ZEIT MEDIA ist berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

2.3 Die AGB von ZEIT MEDIA für Werbeaufträge können sich ändern. Deswegen gelten die AGB immer nur für den jeweiligen Werbeauftrag in der zum Zeitpunkt des Abschlusses des Werbeauftrags geltenden Fassung.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

2.4 Der Werbekunde hat ZEIT MEDIA jede Änderung seiner Firma, Ansprechpartner, Anschrift oder von sonstigen Kontaktinformationen (Tel., Fax, E-Mail etc.) umgehend, spätestens binnen 5 Werktagen per Brief, Fax oder per Email anzuzeigen.

2.5 Der Werbekunde ist nicht berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbeauftrag gegenüber ZEIT MEDIA (d.h. die gebuchten Werbeflächen) auf Dritte entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen, sofern nicht die ausdrückliche schriftliche Zustimmung von ZEIT MEDIA vorliegt.

2.6 ZEIT MEDIA ist berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbeauftrag abzutreten.

2.7 Für den Werbeauftrag sowie für sämtliche Leistungen, Angebote und Verträge zwischen ZEIT MEDIA und dem Werbekunden gelten neben der Auftragsbestätigung ausschließlich die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste von ZEIT MEDIA, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Werbekunden ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn ZEIT MEDIA solche anderen Vertragsbedingungen zur Kenntnis gebracht wurden. Gegenbestätigungen des Werbekunden unter Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen wird hiermit widersprochen.

3. Werbeschaltung

3.1 ZEIT MEDIA wird das vom Werbekunden zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Werbefläche für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten Ad Impressions (Aufrufe der Werbung) auf der vertraglich festgelegten Werbefläche platzieren.

3.2 Maßgeblich zur Bemessung der Ad Impressions und der Ad Clicks sind die von ZEIT MEDIA über ihren Ad Server ermittelten Daten. Als Ad Impression gilt jede Antwort durch den Ad Server von ZEIT MEDIA als Reaktion auf die Anfrage des Browsers eines Nutzers, bereinigt um die durch automatisierte Prozesse wie z.B. Suchmaschinenscans erzeugten Impressions. Bei Ad Requests, bei denen kein Nutzer-Consent nach aktuellem TCF-Standard vorliegt, können Ads ausgeliefert werden, die nicht in den Bereich des Personenbezugs fallen (Plain Ads). ZEIT MEDIA wird den Werbekunden über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten Ad Impressions und/oder Ad Clicks in einem durch ZEIT Media vorgegebenen Format berichten. Maßgeblich sind die von ZEIT Media über ihre Ad-Server ermittelten Daten. Sollten andere Messmethoden gewünscht werden, ist dies vor Anzeigenschaltung zu vereinbaren. Die daraufhin von ZEIT Media gelieferten Messergebnisse sind maßgeblich. Die entstehenden Kosten der Messung werden in diesem Fall dem Werbekunden weiterbelastet. Eine unangemeldete Messung des Werbekunden ist unzulässig.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

3.3 Sollten die vertraglich vereinbarten Ad Impressions oder Ad Clicks schon vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit erreicht werden, werden sich die Parteien über eine Erhöhung der vereinbarten Vergütung oder eine vorzeitige Beendigung der Laufzeit einigen.

3.4 Der Werbekunde hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbefläche an einer bestimmten Position der jeweiligen Werbefläche sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Werbefläche. Eine Umplatzierung der Werbefläche innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Werbefläche ausgeübt wird. Die buchbaren Werbeformen und Platzierungen beinhalten keine Garantie auf eine Darstellung im unmittelbar sichtbaren Bereich (first screen). Die in der Preisliste genannten TKPs beziehen sich auf Auslieferungen sowohl im sichtbaren als auch im nicht sichtbaren Bereich. Abweichende Vereinbarungen sind möglich. Sofern ZEIT Media eine Darstellung im sichtbaren Bereich garantiert, ist der Kunde zur Zahlung eines Aufschlags verpflichtet.

3.5 Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbung nach erstmaliger Schaltung zu prüfen, soweit dies mit zumutbarem Aufwand möglich ist.

3.6 Soweit die Werbemittel nicht offensichtlich als Werbung erkennbar sind, ist ZEIT MEDIA berechtigt, aber nicht verpflichtet, sie als solche kenntlich zu machen oder zu verlangen, dass der Werbekunde eine entsprechende Kennzeichnung vornimmt. Hierzu zählt insbesondere die Möglichkeit, die Werbemittel mit dem Wort "Anzeige" zu kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich abzusetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so hat der Abruf innerhalb eines Jahres seit Vertragsschluss zu erfolgen. Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausgeübt, verfällt der Anspruch nach Ablauf des Jahres ersatzlos. Die Pflicht zur Zahlung der entsprechenden Vergütung bleibt hiervon unberührt.

5. Nachlasserstattung

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die ZEIT MEDIA nicht zu vertreten hat, so hat der Werbekunde, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass ZEIT MEDIA zu erstatten.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

6. Datenanlieferung / Einbindungsnachweis

6.1 Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbemittel bei Standardwerbeformen bis spätestens drei Werktage, bei Sonderwerbeformen und RichMedia-Formaten bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in vollständiger, einwandfreier und in zur Schaltung geeigneter Form anzuliefern.

6.2 Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterbliebener Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen. Im Falle der Einbindung von Werbeschaltungen auf Basis von Ad Impressions kann ZEIT MEDIA die bereits gelieferte Menge an Ad Impressions durch Einbindung eines 1x1-Pixels nachweisen.

6.3 ZEIT MEDIA ist berechtigt, die Werbemittel zeitlich unbegrenzt zu archivieren. Eine Verpflichtung, eine Archivierung vorzunehmen oder die Werbemittel an den Werbekunden zurückzuliefern, besteht jedoch nicht.

6.4 Kosten der ZEIT MEDIA für vom Werbekunden gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Werbekunde zu tragen.

7. Ablehnungsbefugnis

7.1 ZEIT MEDIA behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - aus wichtigem Grund wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen bzw. ohne Vorankündigung für die weitere Verbreitung zu sperren. Ein wichtiger Grund besteht insbesondere, wenn konkrete Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass das Werbemittel oder die Seite, auf die das Werbemittel verlinkt, gegen die in Ziffer 8 genannten Garantien verstoßen oder die Veröffentlichung für ZEIT MEDIA unzumutbar ist.

7.2 ZEIT MEDIA kann ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Werbekunde nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

7.3 ZEIT MEDIA wird Werbekunden über eine Ablehnung oder Sperrung sowie die Gründe hierfür informieren. Dem Werbekunden steht es frei, ZEIT Media ein neues bzw. geändertes Werbemittel zur Verfügung zu stellen, welches dem in Abs. 1 und Ziffer 8 genannten Anforderungen entspricht, bzw. den rechtmäßigen Zustand der verlinkten Zielseite herzustellen. Hierdurch auftretende Verzögerungen gehen zu Lasten des Werbekunden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

8. Rechtsgewährleistung

8.1 Der Werbekunde garantiert, dass die Verwendung von Cookies und ähnlichen Technologien, die Daten auf dem Gerät des Users speichern und/oder auslesen sowie die weitere Verarbeitung personenbezogener Daten den Vorschriften der jeweils anwendbaren Datenschutzgesetze, insbesondere des Telemediengesetzes, der EU-Datenschutzgrundverordnung und der ePrivacy-Richtlinie entsprechen. Der Werbekunde garantiert, dass ausschließlich die Dienstleister (Vendoren) in den von der ZEIT MEDIA vermarkteten Werbeflächen eingesetzt werden, die auf unserer ZEIT MEDIA-Vendoren-Liste gelistet und damit zugelassen sind. Zwingende Voraussetzung ist zudem eine Zertifizierung der jeweiligen Dienstleister (Vendoren) im aktuellen IAB TCF (Transparency and Consent Framework) Standard (derzeit TCF v. 2).

Der Werbekunde garantiert, dass alle von ihm eingesetzten Dienstleister (Vendoren)

- keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) verletzen und/oder
- nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere wettbewerbsrechtliche, telemedienrechtliche, datenschutzrechtliche und Verbraucherschutzrechtliche) Bestimmungen verstoßen

- und/oder nicht staatsgefährdender, rassistischer, Gewalt verherrlichender, pornografischer oder jugendgefährdender Natur sind und/oder keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links, Programme oder Verfahren, die das Netzwerk von ZEIT MEDIA (einschließlich sämtlicher eingesetzter Hard- und Software) oder einzelne Betreiber oder Internetnutzer schädigen können, beinhalten oder deren Verbreitung ermöglichen
- und/oder alle erforderlichen Einwilligungen zur Vervielfältigung/Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachen oder anderen Verwertungsformen (ggf. auch seitens Verwertungsgesellschaften) haben.

8.2 Der Werbekunde überträgt ZEIT MEDIA die für die Durchführung des Werbeauftrages erforderlichen zeitlich, örtlich und inhaltlich beschränkte Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige sui generis Schutzrechte. Darüber hinaus sind ZEIT MEDIA sowie der jeweilige Werbeflächenbetreiber berechtigt, die vorgenannten Rechte zum Zwecke der Eigenwerbung (z.B. Pressemitteilungen und Präsentationen) auch vor und nach Ausführung des Werbeauftrags auszuüben.

8.3 Der Werbekunde (sowie ggf. die Werbeagentur) stellt ZEIT MEDIA sowie den jeweiligen Werbeflächenbetreiber auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter, einschließlich Verwertungsgesellschaften frei, die wegen der ZEIT MEDIA überlassenen und veröffentlichten Werbemittel geltend gemacht werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

Das gilt insbesondere in Bezug auf die in Abs. 1 abgegebenen Garantien und mögliche Schäden, Kosten und Aufwendungen (einschließlich etwaiger Tarifgebühren von Verwertungsgesellschaften und Aufwendungen aufgrund datenschutzrechtlicher Auflagen), die ZEIT MEDIA sowie den jeweiligen Werbeflächenbetreibern im Rahmen der Erfüllung der Werbeaufträge nach diesem Vertrag entstehen. Ferner stellt der Werbekunde ZEIT MEDIA sowie die jeweiligen Werbeflächenbetreiber von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung einschließlich Gerichts- und Anwaltskosten in gesetzlicher Höhe frei. Der Werbekunde ist verpflichtet, ZEIT MEDIA für den Fall einer Inanspruchnahme durch Dritte unverzüglich, wahrheitsgemäß und vollständig nach Treu und Glauben sämtliche ihm zur Verfügung stehende Informationen mitzuteilen und Unterlagen vorzulegen, die für eine Prüfung der Ansprüche erforderlich sind.

9. Gewährleistung der ZEIT MEDIA

9.1 ZEIT MEDIA gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Werbekunden ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, eine 100%ige Erreichbarkeit der Werbefläche zu gewährleisten. Insbesondere sind dem Werbekunden die folgenden möglichen Ausfallzeiten bekannt:

- Planmäßige Wartungsarbeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche,
- Außerplanmäßige Wartungszeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche,

- Zeiten, in denen die von ZEIT MEDIA vermarkteten Werbeflächen aufgrund technischer oder sonstiger Probleme, die nicht im Einflussbereich von ZEIT MEDIA liegen, vom Netz genommen werden müssen, bis ein reibungsloser Betrieb wieder gewährleistet werden kann, z.B. wegen Hackangriffen, höherer Gewalt, Streiks, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern, Netzbetreibern oder Leistungsbetreibern, von deren Leistung der Betrieb von ZEIT MEDIA abhängt),
- Ausfallzeiten oder Störungszeiten des AdServers von bis zu 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung.

9.2 Ebenso ist dem Werbekunden bekannt, dass Fehler in der Darstellung des Werbemittels nicht vorliegen, wenn diese durch einen der folgenden Fälle begründet sind.

- Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungs-Software und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
- Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern)
- unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxies (Zwischenspeichern) oder
- Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

9.3 Bei einem Ausfall des Ad-Servers über den vorgenannten Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Werbekunden für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

9.4 Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Werbekunde Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt ZEIT MEDIA eine ihr hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Werbekunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

9.5 Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Werbekunde bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Werbekunde nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

10. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen, die ZEIT MEDIA nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsbetreibern

oder aus vergleichbaren Gründen aus, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch von ZEIT MEDIA bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Werbekunde hierüber informiert.

11. Haftung

ZEIT MEDIA haftet - gleich aus welchem Rechtsgrund – nur

- a. bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit;
- b. bei einer schuldhaften Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (wobei der Begriff der wesentlichen Vertragspflicht abstrakt eine solche Pflicht bezeichnet, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die jeweils andere Partei regelmäßig vertrauen darf);
- c. für Verzug;
- d. Soweit in den unter a. – c. vorgenannten Fällen kein vorsätzliches Handeln vorliegt, ist die Haftung für Vermögens- und Sachschäden auf die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt. Eine Haftung für entgangenen Gewinn ist ausgeschlossen;
- e. Die unter a) bis d) vorgenannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht, sofern und soweit eine zwingende gesetzliche Haftung besteht, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz, bei Übernahme einer Garantie sowie bei schuldhaften Verletzungen des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

12. Preisliste

12.1 Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Verbrauchern, wenn der von der Änderung betroffene Auftrag nicht Teil einer Rahmenvereinbarung ist und nicht später als vier Monate nach Vertragsschluss ausgeführt werden soll. Für von ZEIT MEDIA bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von ZEIT MEDIA mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Werbekunden ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

12.2 Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste.

Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preislisten von ZEIT MEDIA zu halten. Die von ZEIT MEDIA gewährte Abschlussprovision darf an die Auftraggeber der Werbeagenturen und sonstige Werbemittler weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

13. Zahlungsverzug

13.1 Die Rechnungsstellung erfolgt bei Werbeaufträgen mit einem Buchungszeitraum von einem oder zwei Erscheinungsmonaten nach Ende des Buchungszeitraums. Bei Werbeaufträgen mit einer Dauer von mehr als zwei Erscheinungsmonaten erfolgt eine monatliche abschlagsweise Rechnungsstellung anteilig für die bereits erbrachten Leistungen; die Schlussrechnung erfolgt nach Ende des Buchungszeitraumes. Auf Wunsch erfolgt die Rechnungsstellung auch vorab. Aus ökologischer Motivation und Gründen der Nachhaltigkeit erfolgt die Rechnungsstellung vollumfänglich im digitalen Belegversand. Die vereinbarten Zahlungsfristen sind mit Erhalt des Beleges gültig, ein zusätzlicher, postalischer Versand erfolgt nicht.

13.2 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen i.H.v. 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz bei Unternehmern und 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz bei Verbrauchern und Einziehungskosten berechnet. ZEIT MEDIA kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

13.3 Im Falle des Verzugs mit mehr als einer Verbindlichkeit sind die gesamten Forderungen gegen den Werbekunden sofort zur Zahlung fällig.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

13.4 Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Werbekunden, Sitz des Werbekunden im Ausland oder einem Erstauftrag durch den Werbekunden berechtigen ZEIT MEDIA, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen von Werbemitteln oder weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Stornierung von Aufträgen

14.1 Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich oder per Email bei ZEIT MEDIA eingehen. Bei einer Stornierung bis spätestens 5 Werktage (bei Homepage- und Festplatzierungen 10 Tage) vor Schaltungsbeginn entstehen dem Werbekunden keine Kosten. Eingehende Stornierungen innerhalb von 5 bzw. 10 Werktagen vor Schaltungsbeginn werden grundsätzlich pauschal mit einer Aufwandsentschädigung von 50% des stornierten Auftragsvolumens berechnet. Bei Homepage- und Festplatzierungen, die innerhalb von 10 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.

ZEIT MEDIA bleibt der Nachweis vorbehalten, dass ein höherer Schaden entstanden ist. Bei Teilstornierungen ist die vorstehende Regelung entsprechend anzuwenden.

14.2 ZEIT MEDIA wird sich dasjenige anrechnen lassen, was sie in Folge anderweitiger Buchungen erwerben konnte oder böswillig zu erwerben unterlassen hat.

15. Datenschutz / Vertragsstrafe bei unrechtmäßiger Nutzung

15.1 Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

15.2 ZEIT MEDIA ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Werbekunden auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research und/oder Unternehmen, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen, weiterzuleiten. Diese Daten werden seitens des/der Unternehmen aggregiert und in den Markt kommuniziert.

15.3 Sofern beim Werbekunden anonyme oder pseudonyme (und somit auch personenbeziehbar) Daten aus dem Zugriff auf die ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Werbekunde diese Daten im Rahmen der jeweiligen Kampagne auswerten. Diese Auswertung darf nur die anonymen und pseudonymen Daten umfassen, die durch Werbeschaltungen auf den Werbeflächen der ZEIT MEDIA generiert worden sind.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

15.4 Darüber hinaus ist dem Werbekunden eine weitere Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe sämtlicher Daten (anonym oder personenbeziehbar) aus dem Zugriff auf die von ihm für Werbeflächen von ZEIT MEDIA ausgelieferten Werbemittel untersagt. Dieses Verbot erfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der User auf dem Onlineangebot von ZEIT MEDIA und deren weitere Nutzung.

15.5 Setzt der Werbekunde für die Schaltung von Werbemitteln auf den Werbeflächen von ZEIT MEDIA Systeme eines Dritten ein, wird er sicherstellen, dass auch der Systembetreiber diese Vereinbarung einhält.

15.6 Für jeden Verstoß gegen die Verpflichtung aus vorgenannten Absätzen (3) bis (5) zahlt der Werbekunde an ZEIT MEDIA eine Vertragsstrafe in Höhe des 10-fachen Preises des Auftrags, aus dem die unzulässige Datennutzung stammt. Etwaige weitergehende Schadensersatzansprüche bleiben unberührt.

16. Werbung

ZEIT ONLINE ist dazu berechtigt, seinen Anzeigenkunden E-Mails mit Werbung zu eigenen ähnlichen Angeboten zuzusenden. Sollte eine entsprechende Verwendung der Daten nicht gewünscht sein, kann der entsprechenden Datenverwendung jederzeit, beispielsweise per E-Mail, widersprochen werden.

17. Schlussbestimmungen

17.1 Erfüllungsort ist Hamburg.

17.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand Hamburg. Ist der Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt des Werbekunden, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und hat der Werbekunde nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Hamburg vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

17.3 Es gilt deutsches Recht. Die Anwendung des UN-Kaufrechts (United Nations Convention on Contracts for International Sale of Goods vom 11.04.1980 - CISG) ist ausgeschlossen.

17.4 Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt der Werbeauftrag im Übrigen wirksam. Das gleiche gilt, sofern diese AGB eine Regelungslücke enthalten. Anstelle der ganz oder teilweise unwirksamen oder fehlenden Regelung tritt das, was die Parteien bei verständiger Würdigung der ganz oder teilweisen Unwirksamkeit oder des Fehlens der Regelung vereinbart hätten, falls ihnen dieser Umstand bekannt gewesen wäre, in Kraft.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Werbemaßnahmen auf ZEIT ONLINE

Hinweis im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes: Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird auf eine geschlechterspezifische Darstellung, wie z.B. Student/innen, verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

Stand: 03.12.2020

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für das Studienorientierungsangebot HeyStudium

1. Vertragsgegenstand und Geltungsbereich der AGB

1.1 Die ZEIT Online GmbH (nachfolgend „ZEIT Online“) bildet auf ihrer Internetseite (HeyStudium) die Basishochschulprofile aus der Datenbank der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) ab. Im Rahmen der Basishochschulprofile werden die Daten, wie sie der HRK von den Hochschulen zur Verfügung gestellt wurden, übernommen.

1.2 Die ZEIT Online GmbH bietet Bildungseinrichtungen auf ihrer Internetseite (und weiteren Kanälen, wie etwa Mailings, zudem die Möglichkeit an, Premium-Hochschulprofile und Premium-Studiengangsprofile zu veröffentlichen sowie Media-Kampagnen (Newsletter, Banner) zu publizieren.

1.3 Entscheidet sich die Bildungseinrichtung für ein Premium-Hochschulprofil, ein Premium-Studiengangsprofil oder eine Media-Kampagne erkennt die Bildungseinrichtung die Geltung dieser AGB an. Die AGB von ZEIT Online gelten ausschließlich. Entgegenstehende oder von den AGB von ZEIT Online abweichende Bedingungen der Bildungseinrichtung werden nicht anerkannt, es sei denn, ZEIT Online stimmt ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zu.

2. Vertragspartner und Vertragsschluss

2.1 Vertragspartner der Bildungseinrichtung bei einem Vertrag über ein Profil in der Suchmaschine für Studiengänge (SuMa) oder eine Media-Kampagne ist die

Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG
vertreten durch den Geschäftsführer Dr. Rainer Esser
Buceriusstraße Eingang Speersort 1, 20095 Hamburg
Telefon: (040) 3280-0
Telefax: (040) 3280-5003
E-Mail: kontakt@zeit.de

2.2 Unsere Angebote im Internet stellen eine unverbindliche Aufforderung an Sie dar, die Produkte zu kaufen.

2.3 Ein Vertrag kommt zustande, wenn ZEIT Online den Auftrag der Bildungseinrichtung, der entweder per E-Mail, Telefax oder telefonisch erteilt werden kann, ausdrücklich annimmt. Die Annahme kann auch durch Zusendung eines Vorschaulinks oder durch die Publikation der Kampagne erklärt werden.

3. Leistungsumfang

3.1 ZEIT Online bietet den Bildungseinrichtungen die Möglichkeit, Premium-Hochschulprofile und Premium-Studiengangsprofile zu veröffentlichen, Leadformulare einzubinden und Media-Kampagnen (Newsletter, Banner) (nachfolgend zusammengefasst „Kampagnen“ genannt) zu publizieren. Für die jeweiligen Produkte gilt nachfolgend die jeweilige Leistungsbeschreibung zu den einzelnen Produkten ergänzend.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für das Studienorientierungsangebot HeyStudium

3.2 Der Upload der Inhalte erfolgt in der Regel durch den Kunden selbst, welche diese auch eigenständig ändern können. Sofern Korrekturen durch ZEIT Online vorgenommen werden, ist in der Buchung aller Produkte jeweils eine Korrekturschleife im Preis enthalten. Jede weitere durch die Bildungseinrichtung veranlasste und ZEIT Online durchgeführte Korrektur ist kostenpflichtig. Änderungen, die innerhalb des Profils vorgenommen werden, sind nicht unverzüglich im Profil abgebildet. Eine Umsetzung der aufgenommenen Änderungen ist regelmäßig am nächsten Tag, spätestens jedoch nach 24 Stunden, auf der Internetseite erkennbar.

3.3 Basis-Profile

In der Datenbank der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) werden Bildungseinrichtungen in einem Basis-Profil vorgestellt. Diese Datenbank wird auf der Internetseite von ZEIT Online ebenfalls veröffentlicht und einmal die Woche aktualisiert.

3.4 Premium-Hochschulprofile und Premium-Studiengangsprofile

3.4.1 ZEIT Online bietet Bildungseinrichtungen die Möglichkeit, die aus der HRK Datenbank auf der Website gelisteten Basis-Hochschulprofile und Basis-Studiengangsprofile kostenpflichtig auf Premium-Profile aufzuwerten.

3.4.2 Laufzeiten und Preise richten sich nach der aktuellen Preisliste von ZEIT Online.

3.5 Media-Kampagnen

Die Bildungseinrichtung hat die Möglichkeit, Media-Kampagnen, entweder als Newsletter- oder Bannerkampagnen zu buchen. Nach Bestätigung des Auftrags durch ZEIT Online schickt die Bildungseinrichtung ZEIT Online eine

media.zeit.de

fertige Anzeige oder im Falle der Buchung einer Bannerkampagne Bild und Text für die Anzeige rechtzeitig vor dem vereinbarten Veröffentlichungsdatum zu.

4. Vorgaben zum Inhalt der Profile und Media Kampagnen

Für die Premium-Hochschulprofile, die Premium-Studiengangsprofile sowie die Media-Kampagnen, ihren Inhalt und ihre Einordnung gelten die folgenden Bedingungen:

4.1 Inhalt

Websites, die ZEIT Online zur Verlinkung benannt oder zugesendet werden, müssen den gesetzlichen Mindestanforderungen entsprechen und insbesondere ein Impressum aufweisen, das den gesetzlichen und den von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen entspricht.

4.2 Links

In den Profilen dürfen nur Links zur Website der Bildungseinrichtung veröffentlicht werden. Verlinkungen zu Internetseiten von Wettbewerbern von ZEIT Online sind nicht gestattet, es sei denn, die Bildungseinrichtung verlinkt als Wettbewerber von ZEIT Online auf ihre eigene Website.

4.3 Kategorie/Rubrik/Suchergebnisse

ZEIT Online ist stets um eine Optimierung bemüht, mit dem Ziel bestmögliche Resultate für alle Bildungseinrichtungen zu erreichen. ZEIT Online behält sich vor, diese Parameter nach eigenem Ermessen anzupassen oder zu ändern. Die Bildungseinrichtung hat kein Recht auf Veröffentlichung ihre Profile in einer bestimmten, von ihr ausgewählten Kategorie oder Rubrik.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für das Studienorientierungsangebot HeyStudium

4.4 Format/Anzeige

Um die Profilqualität geräteübergreifend zu verbessern, behält sich ZEIT Online das Recht vor, das Profillayout entsprechend umzuwandeln. ZEIT Online arbeitet mit verschiedenen Kooperationspartnern zusammen. ZEIT Online ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, Profile in anderen Online-Medien zu veröffentlichen oder sie an Dritte zur weiteren Veröffentlichung weiterzugeben, ohne dass hierzu eine vorherige Genehmigung der Bildungseinrichtung eingeholt werden muss. Die Veröffentlichung in anderen Medien bzw. bei Kooperationspartnern, bspw. als mobiloptimiertes Profil, kann in einem abweichenden bzw. standardisierten Layout erfolgen.

5. Rechte und Pflichten der Bildungseinrichtung

5.1 Der Vertragspartner ist dafür zuständig, der ZEIT ONLINE GmbH die für das Premium-Profil notwendigen Inhalte, insbesondere der Bilder und Texte, zur Verfügung zu stellen.

5.2 Die Bildungseinrichtung trägt dafür Sorge, dass ihre Angaben und Inhalte in ihren Profilen, und ihren Media-Kampagnen im Einklang mit allen rechtsgültigen Gesetzen und sonstigen Rechtsvorschriften sowie den diesbezüglichen Bestimmungen dieser AGB stehen. Insbesondere dürfen keine Angaben oder Inhalte wie beispielsweise Texte, Bilder, Grafiken, Links oder Framelinks eingestellt und/oder verbreitet werden, welche die Patent-, Marken- oder Kennzeichnungsrechte, Leistungsschutz- oder Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte oder sonstige Rechte Dritter verletzen.

Der Bildungseinrichtung stellt ZEIT Online von sämtlichen Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei, die ZEIT Online wegen der Verletzung ihrer Rechte oder wegen Rechtsverstößen aufgrund der von der Bildungseinrichtung eingestellten Angaben und/oder Inhalte geltend machen. Die Bildungseinrichtung übernimmt auch die in diesem Zusammenhang anfallenden Kosten einer erforderlichen Rechtsverteidigung, einschließlich sämtlicher Anwalts- und Gerichtskosten.

5.3 Alle Angaben der Bildungseinrichtung in Profilen sowie in Media-Kampagnen haben wahrheitsgemäß zu erfolgen. ZEIT Online macht sich fremde Inhalte unter keinen Umständen zu eigen.

5.4 Der Bildungseinrichtung ist es untersagt, gewaltdarstellende oder gewaltverherrlichende, pornografische, diskriminierende, rassistische, beleidigende, verleumderische oder in sonstiger Weise rechtswidrige Inhalte oder Darstellungen hochzuladen und/oder öffentlich zugänglich zu machen und/oder hochladen und/oder öffentlich zugänglich machen zu lassen. Die Verwendung gebührenpflichtiger Service-Telefonnummern in den Profilen oder Kampagnen ist nicht gestattet.

5.5 Die Bildungseinrichtung versichert, dass etwaige von ihr übermittelte Bilder oder Texte keine Rechte Dritte verletzen. Die Bildungseinrichtung stellt ZEIT Online diesbezüglich von sämtlichen Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei. Dies gilt auch im Hinblick auf etwaige Rechtsverfolgungskosten.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für das Studienorientierungsangebot HeyStudium

6. Rechte und Pflichten von ZEIT Online

6.1 ZEIT Online stellt ein unterstützendes System zur Bewerbung von Hochschulen und Studiengängen zur Verfügung. Wird ZEIT Online oder der HRK ein Fehler in einem Profil gemeldet, wird dieser von der HRK korrigiert. Eine Aktualisierung der Datenbank erfolgt gleichwohl, jedenfalls im Hinblick auf die Basis-Profile, nur alle sieben Tage.

6.2 ZEIT Online behält sich vor, von Bildungseinrichtungen erteilte Aufträge nicht auszuführen, oder bereits im Internet veröffentlichte Leistungselemente wie beispielsweise Bilder, Texte, Logos, Grafiken und andere Dateien zu sperren und/oder von der Plattform zu löschen, soweit die zu veröffentlichenden Inhalte gegen gesetzliche Vorgaben, behördliche Verbote, Rechte Dritter, gegen die guten Sitten oder gegen die AGB von ZEIT Online verstoßen („Unzulässige Inhalte“). Das Gleiche gilt, soweit im Auftrag der Bildungseinrichtung Links zu Internetseiten gesetzt werden, die unmittelbar oder mittelbar auf Seiten mit unzulässigen Inhalten führen. Die Zahlungspflicht der Bildungseinrichtung bleibt hiervon unberührt.

ZEIT Online ist zur Entfernung solcher unzulässigen Inhalte nur im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen sowie auf Aufforderung der Bildungseinrichtung verpflichtet. Soweit ZEIT Online wegen unzulässiger Inhalte oder sonstiger Gesetzesverstöße in Anspruch genommen wird, die von der Bildungseinrichtung zu vertreten sind, stellt die Bildungseinrichtung ZEIT Online auf erstes Anfordern frei. Die Freistellung umfasst die erforderlichen Rechtsverfolgungskosten.

6.3 Verletzt die Bildungseinrichtung Bestimmungen dieses Paragraphen, geltende gesetzliche Vorschriften oder Rechte Dritter, ist ZEIT Online berechtigt, die Bildungseinrichtung und die von ihr veröffentlichten Inhalte zeitweise oder dauerhaft zu sperren.

6.4 ZEIT Online ist berechtigt, Layout, Aufbau und Funktionen der Internetseite anzupassen, zu verbessern und weiterzuentwickeln.

6.5 ZEIT Online übernimmt für angeliefertes Datenmaterial, Profiltex-te oder diesbezügliche Speichermedien keine Verantwortung und ist insbesondere nicht verpflichtet, diese aufzubewahren oder an die Bildungseinrichtung zurückzugeben.

6.6 ZEIT Online ist dazu berechtigt, die generierten Daten für Trendanalysen und Übersichten zu nutzen. Die jeweiligen Ergebnisse werden jedoch anonym veröffentlicht.

6.7 Werden diese Anforderungen nicht erfüllt, so gelten die Inhalte als unzulässige Inhalte mit den Folgen der Ziff. 6.2 und 10.4.

7. Rechteinräumung

7.1 Die Bildungseinrichtung räumt ZEIT Online an den Inhalten der Profile oder Media Kampagnen das einfache, räumlich unbeschränkte, übertragbare Recht ein, etwaige Inhalte (z.B. das Logo, Marken, Bilder, Texte, ggf. Schriftarten) zur Erfüllung dieses Vertrages zu nutzen, insbesondere zu vervielfältigen, zu verbreiten, öffentlich zugänglich zu machen, in Datenbanken zu verarbeiten und/oder zu archivieren.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für das Studienorientierungsangebot HeyStudium

Das Recht zur Archivierung wird über die Dauer des Kundenvertrages hinaus zum Zwecke der Reaktivierung des Premium-Hochschulprofils und der Premium-Studiengangsprofile und der Kampagnen für den Fall eines Abschlusses eines neuen Kundenvertrages gewährt. Die Bildungseinrichtung kann der Archivierung nach Ende der Vertragslaufzeit jederzeit widersprechen und die Löschung verlangen. Die Bildungseinrichtung räumt ZEIT Online weiter das Recht ein, seine Logos zu vergrößern, zu verkleinern und/oder Farblogos schwarz-weiß einzufärben, um die Logos im Premium-Hochschulprofil und seiner Premium-Studiengangsprofile entsprechend anzeigen zu können.

7.2 Die unter Ziffer 7.1 genannten Rechte werden ZEIT Online hinsichtlich der einzelnen Premium-Hochschulprofile sowie Premium-Studiengangsprofile jeweils für die Dauer der Laufzeit der Profile eingeräumt. Im Anschluss daran fallen die Rechte an den Inhalten der jeweiligen Profile an die Bildungseinrichtung zurück, ohne dass es eines Rechterückrufs bedarf.

7.3 Mit Vertragsschluss gewährt die Bildungseinrichtung ZEIT Online zu Werbezwecken das Recht, sie Dritten gegenüber als Referenz anzugeben und dabei Logos und Markenzeichen der Bildungseinrichtung zu verwenden. Die Bildungseinrichtung kann einer solchen Verwendung jederzeit, beispielsweise per E-Mail an abwicklung@zeit.de widersprechen.

7.4 Eine teilweise oder vollständige Übertragung der Rechte der Bildungseinrichtung aus dem Vertrag mit ZEIT Online auf Dritte ist ausgeschlossen.

7.5 Die Bildungseinrichtung überträgt ZEIT Online alle Eigentumsrechte an Datenbanken, die sie im Rahmen der Zusammenarbeit an ZEIT Online zur Veröffentlichung übergeben hat. Insbesondere erhält ZEIT Online das alleinige Recht, das wirtschaftliche Eigentum an seiner Hochschul- und Studiengangsdatenbank gegenüber Dritten geltend zu machen.

8. Datenschutz und Datensicherheit

8.1 ZEIT Online stellt sicher, dass seine und die Server etwaiger eingesetzter Dienstleister und/oder seiner Dienstleister dem Stand der Technik entsprechen, insbesondere durch Firewalls, gesichert sind; der Bildungseinrichtung ist jedoch bekannt, dass für alle Teilnehmer die Gefahr besteht, dass übermittelte Daten auf dem Übertragungsweg ausgelesen werden können.

8.2 Die Bildungseinrichtung willigt ein, dass ZEIT Online Informationen und Daten über die Performance und Reichweite der Bildungseinrichtungsinhalte zum Zwecke der Auswertung der Performance der Profile und Optimierung speichert und für Marketingzwecke, z. B. für die Erstellung von Statistiken und Präsentationen, nutzen darf.

8.3 ZEIT Online ist berechtigt, während der Laufzeit dieses Vertrages die im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung vom der Bildungseinrichtung erhaltenen Daten unter Beachtung der Vorgaben der anwendbaren Datenschutzbestimmungen zu bearbeiten und zu speichern und/oder soweit zum Zwecke der Vertragserfüllung notwendig von etwaigen eingesetzten

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für das Studienorientierungsangebot HeyStudium

Dienstleister bearbeiten und speichern zu lassen. Im Einzelnen willigt die Bildungseinrichtung insbesondere ein, dass ZEIT Online und/oder einer seiner Dienstleister:

die von der Bildungseinrichtung gemachten Angaben zur Bildungseinrichtung, Rechnungsdaten und Ansprechpartnern sowie entsprechende von der Bildungseinrichtung mitgeteilte Aktualisierungen speichert und bearbeitet;

- die im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung von der Bildungseinrichtung erhaltenen Daten unter Beachtung der Vorgaben der anwendbaren Datenschutzbestimmungen auch nach Ende der Vertragslaufzeit nur zum Zwecke der Reaktivierung seines Premium-Hochschulprofils und seiner Premium-Studiengangprofile für den Fall eines Abschlusses eines neuen Kundenvertrages speichert, wobei die Bildungseinrichtung berechtigt ist, dem jederzeit zu widersprechen und die Löschung zu verlangen.

8.4 ZEIT Online wird im Übrigen alle die Bildungseinrichtung betreffenden Daten, die von dieser als vertraulich gekennzeichnet werden, vertraulich behandeln und nur nach Maßgabe dieser Nutzungsbedingungen verwenden. ZEIT Online behält sich vor, hiervon abzuweichen, wenn ZEIT Online aufgrund gesetzlicher oder behördlicher Anordnungen Daten offenlegen muss.

8.5 Die Bildungseinrichtung übernimmt gegenüber ZEIT Online und allen anderen Nutzern die Gewähr, dass bezüglich der von ihr übertragenen Daten die datenschutzrechtlichen Erfordernisse durch die Bildungseinrichtung

eingehalten worden sind und stellt ZEIT Online von jeglichen Ansprüchen frei. Insbesondere hat die Bildungseinrichtung selbst dafür Sorge zu tragen, dass die gegebenenfalls notwendige Einwilligung von Mitarbeitern eingeholt wird, bevor personenbezogene Daten von Mitarbeitern, z.B. als Kontaktadresse in einem Premiumprofil veröffentlicht werden.

9. Vergütung und Zahlungsmodalitäten

9.1 Die an ZEIT Online zu entrichtende Vergütung richtet sich nach Art und Umfang der gebuchten Pakete und Optionen. Alle Preise ergeben sich aus dem zum Zeitpunkt der Buchung gültigen Angebote von ZEIT Online. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Umsatzsteuer. Mit der Vergütung sind sämtliche Nebenkosten wie z.B. durch E-Mail, Telefon, Telefax, Datenübertragungskosten, Porto und Fotokopien im üblichen Umfang abgegolten. Auch abgegolten ist eine Korrekturschleife. Nicht abgegolten sind Korrektur- und Lektoratskosten, die aufgrund fehlerhafter Datenanlieferung entstehen. Soweit aufgrund einzelner Aufträge die Nebenkosten den üblichen Umfang übersteigen, wird ZEIT Online dies der Bildungseinrichtung mitteilen. Die Bildungseinrichtung ist zur Erstattung dieser weiteren Nebenkosten verpflichtet, wenn sie diese genehmigt.

9.2 Der Bildungseinrichtung wird über die zu entrichtende Vergütung eine Rechnung gestellt. Die Abrechnung erfolgt über die Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG, Helmut-Schmidt-Haus Buceriusstraße, Eingang Speersort 1, 20095 Hamburg, als leistendem Unternehmer.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für das Studienorientierungsangebot HeyStudium

9.3 Rechnungen sind spätestens 14 Tage nach Rechnungszugang fällig. ZEIT Online behält sich das Recht vor, Vorleistung zu verlangen.

9.4 ZEIT Online ist berechtigt, bei Zahlungsverzug die Veröffentlichung einzelner Leistungselemente bis zur vollständigen Zahlung zurückzustellen. Dies gilt nicht, soweit der Bildungseinrichtung ein Zurückbehaltungsrecht zusteht. Im Falle einer Zahlung im SEPA-Lastschriftverfahren werden der Bildungseinrichtung 2% Skonto auf den Rechnungsbetrag gewährt.

9.5 Die Aufrechnung mit Gegenansprüchen der Bildungseinrichtung oder die Zurückbehaltung von Zahlungen ist nur zulässig, soweit die Gegenansprüche unbestritten oder rechtskräftig festgestellt sind.

10. Vertragsdauer und Beendigung des Vertrages

10.1 Das Premiumprofil wird für die Dauer der gebuchten Laufzeit in der SUMA veröffentlicht. Im Anschluss daran endet der Vertrag, sofern er nicht verlängert wird, ohne dass es einer Kündigung bedarf.

10.2 Die Bildungseinrichtung ist damit einverstanden, dass ZEIT Online sie kurz vor Vertragsablauf darüber informiert und ihr ein Angebot zur Verlängerung der Buchung macht. Eine entsprechende Pflicht von ZEIT Online besteht nicht.

10.3 Jede Partei hat das Recht, den Vertrag aus wichtigem Grund ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist zu kündigen. Ein wichtiger Grund ist für ZEIT Online insbesondere:

- der Verstoß der Bildungseinrichtung gegen die Bestimmungen dieser AGB, der auch nach Fristsetzung nicht beseitigt wird;
- die Nutzung der Internetseite durch die Bildungseinrichtung über das nach diesen AGB und den Kundenvertrag gestattete Maß hinaus, die auch nach Fristsetzung nicht abgestellt wird;
- die deliktische Handlung der Bildungseinrichtung oder der Versuch einer solchen, z. B. Betrug;
- der Verzug der Bildungseinrichtung mit einer zu leistenden Zahlung um mehr als sechs Wochen.
- andauernde Betriebsstörungen infolge von höherer Gewalt, die außerhalb der Kontrolle von ZEIT Online liegen.

10.4 ZEIT Online ist darüber hinaus berechtigt, den Vertrag mit einer Frist von 3 Monaten außerordentlich zu kündigen, wenn der von ZEIT Online beauftragte Dienstleister den Support zum Betrieb der Internetseite einstellt. Für die Einhaltung der Frist ist der Zugang des Kündigungsschreibens bei der Bildungseinrichtung maßgeblich. Bereits geleistete Zahlungen der Bildungseinrichtung werden anteilig in dem Umfang zurückerstattet, in dem wegen der vorzeitigen Beendigung des Vertragsverhältnisses durch ZEIT Online keine Gegenleistung mehr erbracht werden kann.

10.5 Jede Kündigung muss schriftlich erfolgen. Kündigungen per Fax oder E-Mail wahren die Schriftform.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für das Studienorientierungsangebot HeyStudium

11. Haftung

11.1 ZEIT Online haftet für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit uneingeschränkt, für leichte Fahrlässigkeit jedoch nur bei der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit und bei Verletzung vertragswesentlicher Pflichten. Als vertragswesentliche Pflichten gelten solche, die die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags und die Erreichung seines Zwecks erst ermöglichen und auf deren Einhaltung die Bildungseinrichtung daher regelmäßig vertrauen darf. Die Haftung bei Verletzung einer solchen vertragswesentlichen Pflicht ist auf den vertragstypischen Schaden begrenzt, mit dessen Entstehen ZEIT Online bei Vertragsabschluss aufgrund der zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände rechnen musste.

11.2 Für von ZEIT Online nicht verschuldete Störungen innerhalb des Leitungsnetzes übernimmt ZEIT Online keine Haftung.

11.3 Für den Verlust von Daten haftet ZEIT Online nach Maßgabe der vorstehenden Absätze nur dann, wenn ein solcher Verlust nicht durch angemessene Datensicherungsmaßnahmen seitens der Bildungseinrichtung vermeidbar gewesen wäre.

11.4 Die Haftung erstreckt sich nicht auf Beeinträchtigungen des vertragsgemäßen Gebrauchs der von ZEIT Online auf der Internetseite erbrachten Leistungen, die durch eine unsachgemäße oder fehlerhafte Inanspruchnahme durch die Bildungseinrichtung verursacht worden sind.

11.5 Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten sinngemäß auch zugunsten der Arbeitnehmer, Angestellten, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen von ZEIT Online.

11.6 Soweit über die Internetseite eine Möglichkeit der Weiterleitung auf Datenbanken, Websites, Dienste etc. Dritter, z. B. durch die Einstellung von Links oder Hyperlinks gegeben ist, haftet ZEIT Online weder für Zugänglichkeit, Bestand oder Sicherheit dieser Datenbanken oder Dienste noch für den Inhalt derselben. Insbesondere haftet ZEIT Online nicht für deren Rechtmäßigkeit, inhaltliche Richtigkeit, Vollständigkeit, Aktualität, etc.

12. Werbung

ZEIT Online ist dazu berechtigt, der Bildungseinrichtung E-Mails mit Werbung zu eigenen ähnlichen Angeboten zuzusenden. Sollte eine entsprechende Verwendung der Daten nicht gewünscht sein, kann der entsprechenden Datenverwendung jederzeit, beispielsweise per E-Mail, widersprochen werden.

13. Schlussbestimmungen

13.1 Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Gerichtsstand für alle Rechtsstreitigkeiten ist Hamburg.

13.2 Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden und/oder den gesetzlichen Regelungen widersprechen, so wird hierdurch die Wirksamkeit der AGB im Übrigen nicht berührt. Die unwirksame Bestimmung wird von den Vertragsparteien einvernehmlich durch eine solche Bestimmung ersetzt, welche dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung in rechtswirksamer Weise am nächsten kommt. Die vorstehende Regelung gilt entsprechend bei Regelungslücken.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für das Studienorientierungsangebot HeyStudium

13.3 Änderungen dieser AGB werden der Bildungseinrichtung von ZEIT Online schriftlich, per Telefax oder per E-Mail mitgeteilt. Widerspricht die Bildungseinrichtung solchen Änderungen nicht innerhalb von sechs Wochen nach Zugang der Mitteilung, gelten die Änderungen als vereinbart. Auf das Widerspruchsrecht und die Rechtsfolgen des Schweigens wird der Bildungseinrichtung im Falle der Änderung der AGB gesondert hingewiesen.

Hinweis im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes: Aus Gründen der leichten Lesbarkeit wird auf eine geschlechterspezifische Darstellung, wie z.B. Student/innen, verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

Stand: 31.05.2022

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für die Nutzung der Plattform „BOA – Recruiting & Jobmatching“

Siehe: <https://www.zeit.de/administratives/boa-agb-b2b>

Stand: 10.12.2020

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für die Nutzung der Stellenmärkte auf academics

Siehe: <https://www.academics.de/info/allgemeine-geschaeftsbedingungen-agb-arbeitgeber>

Stand: Mai 2021

General Terms and Conditions (GTC)

for employers of academics

Please refer: <https://www.academics.com/info/general-terms-and-conditions-gtc-employer>

Status: January 2020

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für die Anmeldung und Teilnahme an ZEIT MEDIA Veranstaltungen

1. Geltungsbereich

Nachfolgende Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Anmeldung und Teilnahme an ZEIT MEDIA Veranstaltungen (nachfolgend als „AGB“ bezeichnet) gelten für alle im Rahmen von ZEIT MEDIA Veranstaltungen unentgeltlichen Veranstaltungen.

2. Veranstalter der ZEIT MEDIA Veranstaltungen

ist die Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG, Buceriusstr./Eingang Speersort 1, 20095 Hamburg, eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichtes Hamburg unter der Nummer HRA 91123, Geschäftsführung: Dr. Rainer Esser.

3. Anmeldung an ZEIT MEDIA Veranstaltungen

Die Anmeldung zu einer unentgeltlichen ZEIT MEDIA Veranstaltung erfolgt nur zur besseren Abschätzung der Besucherzahl. Sie begründet für Sie keinerlei Rechtspflichten, umgekehrt wird durch die Anmeldung keinerlei Anspruch auf einen Einlass oder einen Sitzplatz begründet, ebenso wenig besteht ein Anspruch auf Durchführung der Veranstaltung. Sofern eine Veranstaltung ausfällt und Sie sich mit Ihrer Emailadresse angemeldet haben, erhalten Sie nach Möglichkeit eine entsprechende Benachrichtigung.

4. Teilnahme an einer ZEIT MEDIA Veranstaltung

Einige ZEIT MEDIA Veranstaltungen werden durch Video/Audioaufnahmen dokumentiert, wobei auch das Publikum aufgenommen wird.

Diese Aufnahmen werden u. U. später veröffentlicht, z. B. auf www.zeit.de oder www.media.zeit.de. Durch die Teilnahme an der Veranstaltung erklären Sie Ihr Einverständnis damit, in einer solchen Video/Audio-Dokumentation in erkennbarer Weise öffentlich gezeigt zu werden.

5. Haftung

Die Haftung des Zeitverlages wird ausgeschlossen. Dies gilt nicht, wenn es um die Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit geht oder die Verletzung auf einem vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Verhalten des Zeitverlages oder seiner Erfüllungsgehilfen beruht, oder wenn es sich um die Verletzung für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlicher Verpflichtungen (Kardinalpflichten) handelt. Wegen leicht fahrlässiger Verletzung der Kardinalpflichten ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden sowie der Höhe nach auf den Betrag des Teilnehmerpreises beschränkt; ferner ist eine Haftung für Folgeschäden und mittelbarer Schäden ausgeschlossen. Eine Haftung für Schäden, die bei der An- und Abreise zu den Veranstaltungsorten entstehen, ist ausgeschlossen. Der Zeitverlag haftet nicht für Inhalte von Reden, Vorträgen und sonstigen Beiträgen von Dritten, die mit oder ohne Auftrag des Zeitverlages bei der Veranstaltung auftreten oder einen Beitrag für die Veranstaltungsmaterialien liefern. Bei solchen Beiträgen handelt es sich um die persönlichen Ausführungen und Meinungen der Dritten, nicht um die des Zeitverlages.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für die Anmeldung und Teilnahme an ZEIT MEDIA Veranstaltungen

6. Schlussbestimmungen

Die Nichtigkeit oder Unwirksamkeit einzelner AGB-Bestimmungen berührt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht.

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

Stand: September 2017

Allgemeine Geschäftsbedingungen

der Studio ZX GmbH

Siehe: <https://studiozx.de/agb-der-studio-zx-gmbh/>

Stand: Mai 2022

General Terms and Conditions

Table of Contents

- [For advertisements and third-party newspaper supplements](#)
- [For advertising campaigns on ZEIT ONLINE](#)
- [For the study orientation offer HeyStudium](#)
- [For the use of the “BOA – Recruiting & Job Matching” platform](#)
- [For the use of the job markets on academics](#)
- [General Terms and Conditions \(GTC\) for employers of academics \(in English\)](#)
- [For registration and participation in ZEIT MEDIA events](#)
- [of Studio ZX GmbH](#)



General Terms and Conditions

for advertisements and third-party newspaper supplements

1. Scope

1.1 All advertising orders and contracts that involve entrepreneurs, merchants, corporate bodies under public law and special funds under public law are subject exclusively to these General Terms and Conditions for advertisements and other advertising media in newspapers from the publisher (hereinafter referred to as "GTC").

1.2 The client's GTC are hereby overridden unless the publisher expressly agrees to their validity.

1.3 The publisher's GTC shall also apply if the publisher executes the advertising order or contract without reservation in the knowledge that the client's GTC conflict with or deviate from these GTC.

1.4 The client may retrieve, print, download or store these GTC at any time via <http://www.media.zeit.de>.

2. Advertising order and contract

2.1 "Advertising order" within the meaning of these GTC is the agreement concluded between the publisher and the client concerning the scheduled publication of one or more advertisements or other advertising media such as supplements (hereinafter collectively referred to as "advertisements") of an "advertiser" in a printed publication intended for distribution.

2.2 "Contract" within the meaning of these GTC is the agreement concluded between the publisher and the client concerning the publication of one or

more advertisements, taking into account the discounts to be granted to the advertiser in accordance with the price list or rate card, whereby the individual publications are only done on the basis of the client's approval.

3. Requisition of advertisements

Unless otherwise stipulated, advertisements are to be requisitioned for publication within one year following the conclusion of the contract. If the right to requisition individual advertisements is granted under the terms of a contract, the contract must be executed within one year after publication of the first advertisement, provided that the first advertisement is requisitioned and published within the time period stipulated in sentence 1.

4. Reimbursement of discounts and rebates

If one or more requisition orders under a contract are not fulfilled due to circumstances beyond the control of the publisher, the client shall, without prejudice to any further legal obligations, reimburse the publisher for the difference between the discount granted and the amount corresponding to the actual requisition volume.

5. Calculation of the purchase quantities/size

5.1 When calculating the purchase quantities, text millimetre lines are converted into advertisement millimetres according to the price.

General Terms and Conditions

for advertisements and third-party newspaper supplements

5.2 If no specific size specifications are given, the actual print height customary for the type of advertisement shall be used as the basis for the calculation.

6. Delivery to the publisher

6.1 Advertisements to be published only in specific issues, in specific editions or in specific parts of the printed publication must be delivered to the publisher on such a timely basis as to enable the latter to notify the client before the closing date when the order can be executed in this manner. Classified advertisements shall be printed in the respective section without this requiring express agreement.

6.2 Placement and data specifications are only binding if they have been confirmed by the publisher. The exclusion of competitors can only be agreed for two opposite pages. Furthermore, all advertisements are subject to the right of postponement, i.e. publication dates may be unilaterally postponed by the publisher within the limits of these GTC.

6.3 If the client expressly makes the validity of the order dependent on the placement of the advertisement in specific issues, in specific editions or in specific parts of the printed publication, the client's warranty claims against the publisher shall be limited to cancellation of the contract, reduction of payment or a replacement advertisement. The regulation shall apply mutatis mutandis to orders for supplements.

6.4 The publisher reserves the right to set special reduced prices for orders of four pages or more in a single issue, for special orders of 100,000 mm or more and for advertisements in special supplements.

7. Next-to-matter ads, voucher ads and advertorials

7.1 Next-to-matter ads are advertisements with at least three sides adjacent to text rather than to any other ads. Advertisements that cannot be recognized as such due to their design shall be clearly marked as such by the publisher with the word "Advertisement".

7.2 The publisher reserves the right to place voucher ads back to back in exceptional cases if another layout is not reasonable for the publisher.

7.3 Advertorials are sections provided by third parties that clearly differ from the editorial parts of the print publication (typography, graphics, colour, columns) in form and design. These contain third-party text and advertisements and must always be provided with their own imprint. The advertorial may be marked with the word "Advertisement" by the publisher without consultation. The publisher reserves the right to publish after submission of a binding sample as well as the right to set special prices for special publications. An advertorial must be submitted to the publisher for review and approval at least five days prior to the material deadline.

General Terms and Conditions

for advertisements and third-party newspaper supplements

8. Rejection of publication

8.1 The publisher reserves the right, without acknowledging a corresponding obligation to check, to reject a requisition or publication of advertisements, in particular if their content violates law or official regulations; their content has been objected to by the German Advertising Standards Council in a complaints procedure; their publication is unreasonable for the publisher, in particular because of their content, design, origin or technical form according to uniform and objectively justified principles held by the publisher; the advertisement contains advertisements from third parties or for third parties; or the advertisement addresses the magazine in picture, text or presentation. This also applies to orders placed with branch offices, receiving offices or agents. Orders for supplements are only binding for the publisher after a sample of the supplement has been submitted and approved.

8.2 The client shall be notified without undue delay of rejection of the requisition or publication of an advertisement.

9. Joint advertising

Advertising media which contain advertisements from third parties or for third parties (joint advertising) shall require a prior declaration of acceptance by the publisher in each individual case. This shall entitle the publisher to charge a joint advertising surcharge.

10. Artwork and proofs

10.1 The client is solely responsible for the timely delivery and perfect condition of suitable – if necessary, digital – artwork or any other advertising media. These must comply with the format and technical specifications of the publisher.

10.2 Proofs will only be provided by the publisher upon express and written request of the client. The client is responsible for the correctness of the returned proofs. The publisher shall take into account all error corrections that are submitted before the closing date or within a period stipulated when the proofs are sent to the client. If the client breaches its duty to cooperate, in particular by failing to deliver artwork on time, delivering it incompletely, or delivering it with incorrect labelling and/or defectively, and if as a result an order cannot be performed or cannot be performed correctly, the publisher shall nevertheless be entitled to the agreed remuneration.

10.3 The costs incurred by the publisher for artwork produced by the publisher at the request of the client, or for changes to artwork supplied by the client requested by the client or for which the client is responsible, shall be borne by the client.

10.4 Artwork provided by the publisher will only be returned to the client in the event of an express written notification upon delivery to the publisher. The publisher's obligation to retain the artwork ends in all cases six weeks after the first publication of the advertisement.

General Terms and Conditions

for advertisements and third-party newspaper supplements

11. Publications in digital editions

The client shall only be entitled to publication of the advertisement in digital editions (e.g. ePaper, apps, website) of the printed version if the client has commissioned such additional publication in the respective digital edition. If the client has only commissioned publication in the print publication, the publisher shall have the right to additionally publish the advertisement in digital editions within the period during which the print advertisement is published in a manner that corresponds to the respective technical standard. For publication in digital editions, the publisher shall be entitled to adapt the artwork provided for the print editions to the respective requirements of the digital edition. The presentation may differ from that in the print edition.

12. Rights in connection with defects

12.1 The client must check the advertisement for any defects immediately after publication and, if an obvious defect is found, notify the publisher of this in writing within a period of one week from publication. The client must give notice of non-obvious defects within one year of publication of the advertisement. If the client fails to comply with the aforementioned periods, the advertisement shall be deemed to have been approved, with the consequence that the client shall lose its claims arising from a defect pursuant to sections 12.2 and 12.4.

12.2 If the publication of the advertisement does not comply with the contractually agreed quality, the client is entitled to a reduction in the agreed remuneration or the publication of a faultless replacement advertisement, but only to the extent that the purpose of the advertisement was impaired.

12.3 The publisher shall have the right to refuse to publish a replacement advertisement if this would require cost and effort grossly disproportionate to the client's bona fide interest in performance, considering the subject matter of the contractual obligation and the principles of good faith, or if publication would only be possible with disproportionately high costs for the publisher.

12.4 If the publisher fails to publish the replacement advertisement within a reasonable time limit set for this purpose, the publisher refuses to publish a replacement advertisement or the published replacement advertisement is again defective, the client is entitled to a reduction in payment or to withdraw from the contract and demand compensation for wasted expenses or claim damages in lieu of performance. The client's rights to withdraw from the contract and to claim damages in lieu of performance are excluded if the defect is insignificant.

12.5 The client's claims for defects are subject to a limitation period of one year from publication of the advertisement.

General Terms and Conditions

for advertisements and third-party newspaper supplements

12.6 For technical reasons, it is not always possible to publish an online advertisement on the portals academics.de, academics.com or zeit.de/jobs with the same look and feel as the printed advertisement in DIE ZEIT. If the design of the online version therefore deviates from the print version of the advertisement, this shall nevertheless constitute proper performance and academics shall not accept any liability due to such deviations.

13. Liability

13.1 The publisher shall be fully liable in case of intent and gross negligence.

13.2 Except in the case of injury to life, limb or health, the publisher shall be liable for ordinary negligence only to the extent that material obligations are violated which the client is entitled to rely on. In such cases liability shall be limited to the foreseeable loss or damage normally expected to arise and typical for the contract.

13.3 The publisher shall be liable in accordance with section 13.2 at most up to an amount equal to the total volume of the advertising order.

13.4 Any liability for indirect and unforeseeable damages, lost profits, missed savings or financial losses due to claims by third parties is excluded in the case of ordinary negligence – except in cases the conditions for liability pursuant to section 13.2 are met.

13.5 The limitations or exclusions of liability pursuant to sections 13.2 and 13.4 do not apply to strict liability prescribed by law or to liability under a warranty irrespective of fault.

13.6 The limitations or exclusions of liability pursuant to sections 13.2 and 13.4 shall also apply to the personal liability of the publisher's employees, staff, representatives, bodies and vicarious agents.

14. Prices and terms of payment

14.1 Prices, surcharges, discounts and rebates for all clients shall be based on the publisher's price list or rate card valid at the time of the advertising order or requisition.

14.2 If there is a period of more than four months between the time of the advertisement order or requisition and the publication of the advertisement, and if during this period the cost factors for the publication of the advertisement increase for the publisher (in particular as a result of wage agreements, wage increases or material price increases) so that the publisher is forced to adjust its prices and rates accordingly, the publisher shall be entitled to demand the resulting increased prices and rates from the client.

General Terms and Conditions

for advertisements and third-party newspaper supplements

14.3 The publisher shall send the invoices on the day of publication of the advertisement. The publisher's invoices shall be due for payment within the period stated on the price list or rate card starting from receipt of the invoice, unless a different payment term or advance payment has been agreed in individual cases.

14.4 The publisher shall grant the discounts or rebates specified on the price list or rate card for all advertisements from a given advertiser published within one year. Discounts shall not be granted to entrepreneurs whose business purpose is, among other things, to place advertising orders or contracts for various advertisers in order to claim a joint discount.

14.5 In the event of default on the part of the client, the publisher shall be entitled to suspend further execution of the current advertising order or contract until the outstanding amounts have been paid in full and to demand advance payment for the remaining advertisements. The publisher's claims arising from the law in the event of the client's default shall be unaffected.

14.6 In the event of reasonable doubt as to the solvency of the client, the publisher shall be entitled to make the further execution of the current advertising order or contract dependent on the partial or full advance payment of all amounts due to the publisher under the advertising order.

14.7 In the case of a new business relationship, the publisher reserves the right to demand advance payment from the client by the closing date for advertisements.

14.8 Offsetting against counterclaims from the client or the retention of payments due to such claims is only permissible in the case of uncontested or legally established claims.

15. Sample copy

Upon express written request of the client, the publisher shall provide a sample copy once the advertisement is published. Depending on the type and scope of the advertising order, advertisement cuttings, sample pages or complete sample numbers will be supplied. If a sample can no longer be obtained, it will be replaced by a legally binding certificate from the publisher confirming the publication and distribution of the advertisement.

16. Advertising brokers and advertising agencies

Advertising brokers and advertising agencies are obliged to adhere to the publisher's price list and rate cards when compiling offers, contracts and invoices for advertisers. The broker remuneration granted by the publisher may not be passed on to the broker's clients, either in whole or in part.

General Terms and Conditions

for advertisements and third-party newspaper supplements

17. Group discounts

17.1 If joint discounts are claimed for group-affiliated companies, written proof of the advertiser's group status is required. Affiliated companies within the meaning of this provision are companies between which a capital participation of at least 50% is established. Corporations must prove their group status by confirmation from an auditor or by submission of the latest annual report, business partnerships by submission of an excerpt from the commercial register. The proof must be provided within the first half of the contract period, or at the latest by the end of the publication year. Later proof cannot be recognised retroactively.

17.2 Group discounts require express written confirmation by the publisher in all cases. Group discounts are only granted for the duration of a group affiliation. The termination of a group affiliation must be indicated immediately; the group discount ends with the termination of the group affiliation.

18. Box number advertisements

The publisher shall exercise proper commercial care for the custody and timely forwarding of responses to box number advertisements. It assumes no liability beyond this. Registered letters and express letters in response to box number advertisements shall only be forwarded via ordinary mail.

Responses to box number advertisements shall be kept for four weeks. Any responses not collected within this period will be destroyed. The publisher may return valuable documents without being obliged to do so. The publisher may be granted the right as representative by individual contract to open the incoming letters in place of and in the declared interest of the client. Letters that exceed the permissible DIN A4 format (weight 1,000 g), as well as merchandise, books, catalogues and parcels, are excluded from forwarding and will not be accepted. Receipt and forwarding may nevertheless be agreed by way of exception in the event that the client assumes the fees/costs thereby incurred.

19. Guarantee and grant of rights

19.1 The client guarantees that it holds all rights necessary for publishing the advertisement. The client shall bear sole responsibility for the content and legal permissibility of the text and images provided for the advertisement and the advertising media supplied. Within the context of the advertising order or contract, the client shall indemnify the publisher from all third-party claims asserted against the publisher in connection with the publication of the advertisements. In this respect, the publisher shall be held as not responsible for any costs incurred in defending such claims by the client.

General Terms and Conditions

for advertisements and third-party newspaper supplements

Finally, the client is obliged to support the publisher in good faith with information and documents in its legal defence against third parties and to inform the publisher immediately in writing of any cease-and-desist declarations or interim injunctions with regard to the rights of third parties.

19.2 The client shall transfer to the publisher all copyright exploitation rights, ancillary copyrights and other rights required for publishing the advertisements in print and online media of all kinds, including the Internet, in particular the right to reproduce, distribute, transmit, broadcast, make publicly available, retrieve and extract from a database, edit and redesign, in terms of time and content, to the extent necessary for the performance of the order. The aforementioned rights shall be considered granted with no restrictions of location.

20. Force majeure

20.1 In the event of force majeure the publisher shall be entitled to postpone publication of the advertisements for as long as the event continues. In the event publication becomes impossible for the publisher as a result of force majeure for a period of at least six months, the publisher shall be released from the obligation to publish.

The term force majeure covers all circumstances for which the publisher is not responsible and which make publication impossible or unreasonably difficult for the publisher, such as strikes, legal lockouts, wars including civil wars, acts of terrorism, riots, natural disasters, import and export bans, energy and raw material shortages and late deliveries by suppliers for which the publisher is not responsible. If the publisher is released from the obligation to publish, the client is entitled to withdraw from the advertising order or the contract.

20.2 If cases of force majeure only affect the circulation of the publication, the publisher shall be entitled to full payment for the published advertisements if the publication has been delivered by the publisher in the amount of at least 80% of the average circulation sold or otherwise assured in the last four quarters. In the event of fewer deliveries by the publisher, the invoice amount shall be reduced by the same proportion as the delivered circulation falls short of the guaranteed sold or guaranteed circulation.

21. Advertisements from abroad

In the case of advertisements or supplements from abroad, the invoice will be issued without VAT, provided that tax exemption exists and is recognised. The publisher reserves the right to subsequently invoice for VAT in the amount legally owed in the event that the tax authorities affirm tax liability for the advertisement or supplement.

General Terms and Conditions

for advertisements and third-party newspaper supplements

22. Advertising

The publisher is entitled to send advertising emails containing its own similar offers to its clients. If data is not to be used in this regard, objection to the use of the data is possible at any time, for example by email.

23. Place of performance and jurisdiction

23.1 The advertising order and contract, as well as these GTC, shall be governed by the laws of the Federal Republic of Germany, to the exclusion of the UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG).

23.2 The registered office of the publisher shall be the exclusive place of performance for all obligations of the client.

23.3 In business transactions with merchants, corporate bodies under public law or special funds under public law, the exclusive place of jurisdiction shall be the registered office of the publisher. To the extent that claims by the publisher are not asserted in dunning proceedings, the place of jurisdiction for non-merchants shall be determined according to their place of residence.

23.4 If the place of residence or habitual abode of the client, including non-merchants, is unknown at the time the action is brought or if the client has moved its domicile or habitual abode out of the area of application of the law after conclusion of the contract, the exclusive place of jurisdiction is agreed to be the registered office of the publisher.

23.5 Amendments and supplements to the GTC and ancillary agreements must be made in writing. This also applies to a waiver of this written form requirement clause.

23.6 Should any of the above provisions be or become invalid, the validity of the remaining provisions shall not be affected. In place of the invalid provision, the parties shall agree on a valid provision which comes as close as possible to the GTC as a whole and to the contractual arrangements in factual, legal and economic terms. The same applies if any omissions occur in the GTC.

24. Dispute resolution and consumer arbitration boards

We would like to point out that we have decided not to participate in a dispute settlement procedure before a consumer arbitration board.

As of: 18 January 2018

General Terms and Conditions

for advertising campaigns on ZEIT ONLINE

1. Subject matter of the contract / definitions

1.1 “Advertising order” within the meaning of these General Terms and Conditions is the contract for the placement of one or more advertising media in the information and communication services marketed by ZEIT MEDIA (hereinafter jointly referred to as “advertising space”), for the purpose of distribution. ZEIT MEDIA shall conclude the advertising orders in its own name and for its own account, unless otherwise stated in the special contractual terms.

1.2 The “advertising client” is the person or company for whom ZEIT MEDIA is to place advertising media. The advertising client can either be the advertiser itself (who promotes its own goods or services) or an agency that advertises the goods and services of a third party.

1.3 “Advertising media” within the meaning of these General Terms and Conditions is the advertising material that the advertising client provides to ZEIT MEDIA for placement in advertising spaces. These can include, for example, one or more of these elements: an image and/or text; sound sequences and/or moving images (including banners); a sensitive area that, when clicked on, establishes a connection by means of an IP address provided by the advertising client to further data that lie within the advertising client’s sphere (e.g. a link).

1.4 The ad impression purchased by the advertising client lasts at least 20 seconds for a given placement (on a CPM/CPX basis). ZEIT MEDIA has the right to refresh the placement after 20 seconds and to load a new advertising medium.

2. Conclusion of contract

2.1 Subject to individual agreements to the contrary, the contract shall be concluded by an order confirmation (in writing, by email or by fax). Verbal or telephonic confirmations cannot be interpreted as an intention to conclude an agreement.

2.2 When advertising agencies place orders, the contract shall be concluded with the advertising agency subject to other written agreements. If an advertiser is to become an advertising client, it must be named by the advertising agency. ZEIT MEDIA shall be entitled to demand proof of mandate from the advertising agencies.

2.3 ZEIT MEDIA’s GTC for advertising orders are subject to change. Therefore, the GTC always apply only to the given advertising order in the version applicable at the time of the conclusion of the advertising order.

General Terms and Conditions

for advertising campaigns on ZEIT ONLINE

2.4 The advertising client shall notify ZEIT MEDIA of any change in its company, contact person, address or other contact information (telephone, fax, email, etc.) immediately, at the latest within 5 working days, by letter, fax or email.

2.5 The advertising client shall not be entitled to transfer the claims arising from the advertising order (i.e. the booked advertising space) to third parties, either for payment or free of charge, unless ZEIT MEDIA has given its express written consent.

2.6 ZEIT MEDIA is entitled to assign the claims arising from the advertising order.

2.7 In addition to the order confirmation, these General Terms and Conditions and ZEIT MEDIA's price list, which shall form an integral part of the contract, shall apply exclusively to the advertising order and to all services, offers and contracts between ZEIT MEDIA and the advertising client.. The validity of any general terms and conditions of the advertising client is expressly excluded where they are not consistent with these General Terms and Conditions. This shall also apply if ZEIT MEDIA has been made aware of such other terms and conditions. Order confirmations by the advertising client in which it counters with its own terms and conditions will not be accepted.

3. Publication

3.1 ZEIT MEDIA shall place the material provided by the advertising client intended for publication on the contractually agreed advertising space for the contractually agreed duration or until the contractually agreed number of ad impressions (views of the advertising) are reached.

3.2 The data determined by ZEIT MEDIA via its ad server shall be decisive for the measurement of ad impressions and ad clicks. An ad impression is any response by ZEIT MEDIA's ad server to a user's browser request, adjusted for impressions generated by automated processes such as search engine scans. In the case of ad requests for which user consent according to the current TCF standard is not available, ads can be delivered without linking data to individuals (plain ads). ZEIT MEDIA will report to the advertising client on the number of ad impressions and/or ad clicks generated during the campaign in a format specified by ZEIT MEDIA. The data determined by ZEIT MEDIA via its ad servers is definitive. If different measurement methods are requested, these must be agreed on before the advertisement is placed. The measurement results subsequently provided by ZEIT MEDIA shall be definitive. In this case, the costs incurred for the measurement will be charged to the advertising client. Measurements by the advertising client not preapproved are inadmissible.

General Terms and Conditions

for advertising campaigns on ZEIT ONLINE

3.3 Should the contractually agreed number of ad impressions or ad clicks be reached before the expiry of the agreed term, the parties shall agree on an increase of remuneration or an early termination of the term.

3.4 Subject to any other individual agreement, the advertising client shall not have the option to claim placement of the advertisement in a specific position in the respective advertising space or to demand a specific access time to the respective advertising space. Repositioning of the advertisement within the agreed environment is possible if this does not have a significant influence on the advertising effect of the advertising space. The bookable advertising formats and placements do not include a guarantee of display on the initially visible area (first screen). The CPMs stated in the price list refer to display on both the visible and non-visible areas. Deviating agreements may be made. If ZEIT MEDIA shall guarantee a display on the visible area, the client is obliged to pay a surcharge.

3.5 The advertising client is obliged to check the advertisement after it has been activated for the first time, insofar as this is possible with reasonable effort.

3.6 Insofar as the advertising media are not obviously recognisable as advertisements, ZEIT MEDIA shall be entitled, but not obliged, to mark them as such or to demand that the advertising client provide a corresponding identification. This includes, in particular, the option of marking the advertising media with the word advertisement and/or spatially separating it from the editorial content in order to make the advertising character clear.

4. Execution deadline

If the right to requisition individual advertising media is granted under the terms of a contract, the requisition must take place within one year of the conclusion of the contract. If the right to requisition is not exercised within this period, the entitlement shall expire without compensation after the end of the year. The obligation to pay the corresponding remuneration shall be unaffected.

5. Reimbursement of discounts

If an order is not fulfilled due to circumstances beyond the control of ZEIT MEDIA, the advertising client shall, without prejudice to any further legal obligations, reimburse ZEIT MEDIA for the difference between the discount granted and the discount amount corresponding to the actual volume.

General Terms and Conditions

for advertising campaigns on ZEIT ONLINE

6. Data delivery / proof of implementation

6.1 The advertising client is obliged to deliver the advertising media in complete, perfect condition and in a format suitable for placement at the latest three working days before the agreed placement date in the case of standard advertising formats, and at the latest five working days before the agreed placement date in the case of special advertising formats and rich media formats.

6.2 In the event of improper delivery, in particular late delivery or failure to deliver, or subsequent changes, no guarantee shall be assumed for the agreed distribution of the advertising media. In the event of the integration of advertising placements on the basis of ad impressions, ZEIT MEDIA will prove the quantity of ad impressions already delivered by embedding a 1x1 pixel.

6.3 ZEIT MEDIA shall be entitled to archive the advertising media for an unlimited period of time. However, there is no obligation to carry out archiving or to return the advertising media to the advertising client.

6.4 Costs incurred by ZEIT MEDIA for changes to the advertising media requested by the advertising client or for which the advertising client is responsible shall be borne by the advertising client.

7. Power of refusal

7.1 ZEIT MEDIA reserves the right to reject advertising orders – including individual requisitions within the framework of a contract – for good cause due to their content, origin or technical form in accordance with uniform, objectively justified principles or to block them for further distribution without prior notice. Good cause shall exist in particular if there are concrete indications that the advertising media or the page to which the advertising media are linked violate the guarantees set out in section 8 or that the publication is unreasonable for ZEIT MEDIA.

7.2 ZEIT MEDIA may withdraw an advertising medium that has already been published if the advertising client itself subsequently makes changes to the content of the advertising medium or if the data to which reference is made by means of a link is subsequently changed and the requirements of paragraph 1 are thereby met.

7.3 ZEIT MEDIA will inform advertising clients of a rejection or blocking and the reasons for this. The advertising client is at liberty to provide ZEIT MEDIA with a new or modified advertising medium that complies with the requirements stated in paragraph 1 and section 8 or to restore the lawful condition of the linked target page. Any delays resulting from this shall be borne by the advertising client.

General Terms and Conditions

for advertising campaigns on ZEIT ONLINE

8. Guarantee of rights

8.1 The advertising client guarantees that the use of cookies and similar technologies that store and/or read data on the user's device as well as the processing of personal data comply with the provisions of the applicable data protection regulations, in particular the German Broadcast Media Act (TMG), the EU General Data Protection Regulation and the ePrivacy Directive. The advertising client guarantees that only those service providers (vendors) are deployed in connection with the advertising spaces marketed by ZEIT MEDIA who are listed on the ZEIT MEDIA vendor list and are thus approved. Another mandatory requirement is certification of the respective service providers (vendors) to the current IAB TCF (Transparency and Consent Framework) standard (currently TCF v. 2).

The advertising client guarantees that no service providers (vendors) infringe any third-party rights (in particular copyright, personal rights or other industrial property rights) and/or

- Violate other legal provisions (in particular those relating to competition law, telemedia law, data protection law or consumer protection law)

- Are of a nature that endangers the state, is racist, glorifies violence, is pornographic or harmful to minors and/or contains or enables the dissemination of viruses, worms, Trojans or other links, programs or procedures that could damage the ZEIT MEDIA network (including all hardware and software used) or individual operators or Internet users
- And/or lack all necessary consents for reproduction/dissemination, disclosure to the public or other forms of exploitation (including from collecting societies, if applicable).

8.2 The advertising client shall transfer to ZEIT MEDIA all copyright exploitation rights, ancillary copyrights and other sui generis property rights required for the execution of the advertising order, which are limited in terms of time, location and content. Furthermore, ZEIT MEDIA and the advertising space operator shall be entitled to exercise the aforementioned rights for the purpose of self-promotion (e.g. press releases and presentations), including before and after execution of the advertising order.

8.3 The advertising client (as well as the advertising agency, if applicable) shall indemnify ZEIT MEDIA and the advertising space operator upon first request against all claims of third parties, including collecting societies, that are asserted on account of the advertising media provided to and published by ZEIT MEDIA.

General Terms and Conditions

for advertising campaigns on ZEIT ONLINE

This shall apply in particular with regard to the guarantees given in paragraph 1 and possible damages, costs and expenses (including any tariff fees from collecting societies and expenses due to data protection law requirements) incurred by ZEIT MEDIA and the respective advertising space operators in connection with fulfilment of the advertising orders under this contract. Furthermore, the advertising client shall indemnify ZEIT MEDIA and the advertising space operators against the costs of necessary legal defence, including court costs and lawyers' fees in the statutory amount. In the event of a claim by a third party, the advertising client shall be obliged to provide ZEIT MEDIA immediately, truthfully and completely, in good faith, all the information available to it and to submit documents that are necessary for an examination of the claims.

9. Warranty by ZEIT MEDIA

9.1 Within the scope of foreseeable requirements ZEIT MEDIA guarantees the best possible reproduction of the advertising media in line with the generally accepted technical standards. However, the advertising client is aware that, due to the state of the technology, it is not possible to guarantee 100% accessibility for the advertising space. In particular, the advertising client is aware of the following possible downtimes:

- Scheduled maintenance of up to 7 hours per week
- Unscheduled maintenance of up to 7 hours per week

- Periods during which the advertising spaces marketed by ZEIT MEDIA have to be taken off the network due to technical or other problems beyond the control of ZEIT MEDIA until smooth operation can be guaranteed again, e.g. due to hacking attacks, force majeure, strikes, disruptions from the area of responsibility of third parties (e.g. other providers, network operators or service operators on whose performance the operation of ZEIT MEDIA services depends)
- Downtimes or malfunction times of the ad server of up to 24 hours (continuous or cumulative) within 30 days of the start of the contractually agreed placement.

9.2 The advertising client is also aware that erroneous display of the advertising medium does not constitute defects in these cases:

- Use of unsuitable display software and/or hardware (e.g. browser)
- Malfunction of the communication networks of other operators
- Computer failure at third parties (e.g. other providers)
- Incomplete and/or non-updated offers on so-called proxies (caching)
- Failure of the ad server lasting no longer than 24 hours (continuous or cumulative) within 30 days of the start of the contractually agreed placement.

General Terms and Conditions

for advertising campaigns on ZEIT ONLINE

9.3 In the event of a failure of the ad server longer than the aforementioned period in connection with a time-bound fixed booking, the obligation of the advertising client to pay for the period of the failure shall lapse. Further claims are excluded.

9.4 In the event of insufficient reproduction quality of the advertising medium, the advertising client shall be entitled to a reduction in payment or a faultless replacement advertisement, but only to the extent that the purpose of the advertising medium was impaired. If ZEIT MEDIA allows a reasonable period of time set for this purpose to elapse or if a replacement advertisement is impossible, the advertising client shall be entitled to a reduction in payment or cancellation of the order.

9.5 If any defects in the advertising material are not obvious, the advertiser shall have no claims in the event of faulty publication. The same shall apply in the event of errors in repeated advertising placements if the advertising client does not report the error before publication of the next advertising placement.

10. Impairment of performance

If the execution of an order is cancelled for reasons for which ZEIT MEDIA is not responsible (such as for program-related or technical reasons), in particular due to computer failure; force majeure; strikes; statutory provisions; disruptions from the area of responsibility of third parties (e.g. other providers), network operators or service providers; or comparable reasons, the execution of the order shall be made up for as far as possible.

ZEIT MEDIA's claim to remuneration shall remain valid if the disruption has been eliminated and the execution of the order has been made up within an appropriate and reasonable period of time. If there is a significant postponement, the advertising client will be informed of this.

11. Liability

ZEIT MEDIA shall be liable – irrespective of the legal grounds – only

- a. In the event of intent or gross negligence;
- b. In the event of a culpable breach of a material contractual obligation (whereby the term material contractual obligation refers to an obligation the fulfilment of which makes the proper performance of the contract possible in the first place and on the fulfilment of which the other party may regularly rely);
- c. For delay;
- d. Insofar as no wilful intent is involved in the cases mentioned under a.–c. above, liability for financial loss and property damage is limited to the amount of the typically foreseeable damage. Liability for loss of profit is excluded;
- e. The limitations of liability set out under a.–d. above shall not apply if and to the extent that a mandatory statutory liability exists, in particular under the Product Liability Act, in the event of the assumption of a guarantee and in the event of culpable injury to life, limb or health.

General Terms and Conditions

for advertising campaigns on ZEIT ONLINE

12. Price list

12.1 The price list published at the time the order is placed shall apply. The prices are subject to change. This shall not apply vis-à-vis consumers if the order affected by the change is not part of a framework agreement and is to be executed no later than four months after the conclusion of the contract. For orders confirmed by ZEIT MEDIA, price changes shall only take effect if they are announced by ZEIT MEDIA at least one month before publication of the advertising media. In the event of a price increase, the advertising client has the right to withdraw. The right to withdraw must be exercised within 14 days of receiving notification of the price increase.

12.2 Discounts are determined according to the respective valid price list. Advertising agencies and other advertising brokers are obliged to adhere to ZEIT MEDIA's price lists when compiling offers, contracts and settlements for the advertisers. The acquisition commission granted by ZEIT MEDIA may not be passed on to the clients of the advertising agencies or other advertising brokers, either in whole or in part.

13. Default of payment

13.1 Advertising orders covering a booking period of one or two publication months will be invoiced after the end of the booking period. For advertising orders with a duration of more than two publication months, a monthly invoice will be issued on a pro rata basis for the services already provided; the final invoice will be issued after the end of the booking period. Upon request, invoices can also be issued in advance. For ecological purposes and reasons of sustainability, invoicing is carried out entirely via digital documents. The agreed terms of payment come into effect upon receipt of the invoice, and no additional postal dispatch will be made.

13.2 In the event of default or deferment of payment, an interest rate of 9% above the base rate shall be charged for entrepreneurs and 5% above the base rate shall be charged for consumers, plus collection costs. In the event of default in payment, ZEIT MEDIA may defer further execution of the current order until payment has been made and may demand advance payment for the remaining placements.

13.3 In the event of default on more than one liability, the entire claim against the advertiser shall be due for payment immediately.

General Terms and Conditions

for advertising campaigns on ZEIT ONLINE

13.4 For first orders by an advertising client or in the case that the advertising client has a registered office abroad, or if ZEIT MEDIA has objectively justified doubts regarding the solvency of the advertising client, ZEIT MEDIA shall be entitled, even during the term of the contract, to make the publication of advertising media or further advertising media dependent on the advance payment of the amount and on the settlement of outstanding invoices without regard to an initially agreed payment deadline.

14. Cancellation of orders

14.1 In principle, cancellation of orders is possible. Cancellation must be submitted to ZEIT MEDIA in writing or by email. In the event of cancellation no later than 5 working days (10 days in the case of homepage and fixed placements) before the start of placement, the advertiser shall not incur any costs. For cancellations received within 5 or 10 working days prior to the start of placement, a flat-rate compensation in the amount of 50% of the cancelled order volume will be charged. For homepage and fixed placements cancelled within 10 working days prior to the start of placement and for cancellations of advertising media after the start of placement, the flat-rate compensation shall be 100% of the cancelled gross order volume. The advertising client reserves the right to prove in each case that no or lower expenses were incurred.

ZEIT MEDIA reserves the right to prove that higher damages have been incurred. In the event of partial cancellations, the above provision shall apply accordingly.

14.2 ZEIT MEDIA will take into account what it was able to acquire via other bookings or what it deliberately failed to acquire.

15. Data protection / contractual penalty for unlawful use

15.1 The advertising order shall be processed in compliance with the applicable provisions of data protection law.

15.2 ZEIT MEDIA shall be entitled to disclose the gross advertising revenues and comparably relevant data on the advertising client at product level for publication to Nielsen Media Research and/or companies engaged in the collection and evaluation of such information. This data is aggregated by the company(ies) and then communicated to the market.

15.3 Insofar as anonymous or pseudonymous (and thus also personal) data is collected by the advertising client in connection with access to the published advertising media, the advertising client may evaluate this data within the scope of the given campaign. This evaluation may only include the anonymous and pseudonymous data generated via advertising placements on ZEIT MEDIA's advertising spaces.

General Terms and Conditions

for advertising campaigns on ZEIT ONLINE

15.4 Furthermore, the advertising client is prohibited from any further processing, use or disclosure of any data (anonymous or personal) gathered from access to the advertising media submitted by the client for ZEIT MEDIA's advertising space. This prohibition also covers the creation of profiles from the usage behaviour of users on ZEIT MEDIA's online offer and use of such profiles.

15.5 If the advertising client uses systems from a third party for the placement of advertising media on ZEIT MEDIA's advertising spaces, the client shall ensure that the system operator also complies with this agreement.

15.6 For each breach of the obligation from paragraphs 3 to 5 above, the advertising client shall pay ZEIT MEDIA a contractual penalty amounting to 10 times the price of the order from which the unauthorised use of data originated. Any further claims for damages shall be unaffected.

16. Advertising

ZEIT ONLINE is entitled to send its advertising clients emails containing advertising for its own similar offers. If data is not to be used in this regard, objection to the use of the data is possible at any time, for example by email.

17. Final provisions

17.1 The place of performance is Hamburg.

17.2 In business transactions with merchants, legal entities under public law or special funds under public law, the place of jurisdiction for legal actions is Hamburg. If the place of residence or habitual abode of the advertiser, including non-merchants, is unknown at the time the action is brought and if the advertiser has moved its place of residence or habitual abode outside the area of application of the law after conclusion of the contract, Hamburg is agreed as the place of jurisdiction if the contract was concluded in writing.

17.3 German law shall apply. The UN Sales Convention (United Nations Convention on Contracts for International Sale of Goods of 11.04.1980 – CISG) shall not apply.

17.4 Should individual provisions of these GTC be or become invalid in whole or in part, the remainder of the advertising contract shall remain valid. The same applies if any omissions occur in the GTC. In place of the wholly or partially invalid or missing provision, a provision shall become effective that the parties would have agreed upon in a reasonable assessment of the ineffectiveness or absence of the provision, if they had been aware of this circumstance.

As of: 3 December 2020

General Terms and Conditions

for the study orientation offer HeyStudium

1. Subject matter of the contract and scope of the GTC

1.1 ZEIT Online GmbH (hereinafter referred to as “ZEIT Online”) reproduces the basic higher education institution profiles from the database of the German Rectors’ Conference (HRK) on its website (HeyStudium). Within the framework of the basic higher education institution profiles, the data as provided to the HRK by the institutions is adopted.

1.2 ZEIT Online GmbH also offers educational institutions the option to publish premium higher education institution profiles and premium degree programme profiles as well as media campaigns (newsletters, banners) on its website (and through other channels such as mailings).

1.3 If the educational institution opts for a premium higher education institution profile, a premium degree programme profile or a media campaign, the educational institution acknowledges the validity of these GTC. The GTC of ZEIT Online apply exclusively. Any terms and conditions from the educational institution that conflict with or deviate from ZEIT Online’s GTC will not be recognised unless ZEIT Online expressly agrees to their validity in writing.

2. Contractual partner and conclusion of contract

2.1 The contractual partner of the educational institution, regarding a contract for a profile in the degree programmes search engine (SuMa) or a media campaign, is

Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG
represented by managing director Dr Rainer Esser
Buceriusstr., entrance Speersort 1, 20095 Hamburg (Germany)
Phone: +49 (0)40 3280-0
Fax: +49 (0)40 3280-5003
Email: kontakt@zeit.de

2.2 Our Internet offers constitute a non-binding invitation to you to purchase the products.

2.3 A contract is concluded if ZEIT Online expressly accepts the educational institution’s order, which can be placed either by email, fax or telephone. Acceptance can also be declared by sending a preview link or by publishing the campaign.

3. Scope of services

3.1 ZEIT Online offers educational institutions the opportunity to publish premium higher education institution profiles and premium degree programme profiles, to include lead forms, or to publish media campaigns (newsletters, banners) (hereinafter collectively referred to as “campaigns”). For the products, the following applies in addition to the respective specifications for the individual products.

General Terms and Conditions

for the study orientation offer HeyStudium

3.2 Upload of the content is usually carried out by the client, who can also change it independently. If corrections are to be made by ZEIT Online, one correction loop is included in the price for each booking for all products. Any further correction loops initiated by the educational institution and carried out by ZEIT Online are subject to a charge. Changes applied to a profile are not immediately reflected in the website version of the profile. Changes are regularly visible on the website the next day, 24 hours following implementation at the latest.

3.3 Basic profiles

The database of the German Rectors' Conference (HRK) presents a basic profile of the educational institutions. This database is also published on the ZEIT Online website and updated once a week.

3.4 Premium higher education institution profiles and premium degree programme profiles

3.4.1 ZEIT Online offers educational institutions the opportunity to upgrade the basic higher education institution profiles and basic degree programme profiles on the website originating from the HRK database to premium profiles for a fee.

3.4.2 Terms and prices are based on the current ZEIT Online price list.

3.5 Media campaigns

The educational institution may book media campaigns, either as newsletter or banner campaigns. After confirmation of the order by ZEIT Online, the educational institution shall send ZEIT Online a final advertisement or, for a

banner campaign, the image and text for the advertisement in good time prior to the agreed publication date.

4. Guidelines regarding the content of profiles and media campaigns

The following conditions apply to the premium higher education institution profiles and the premium degree programme profiles as well as the media campaigns, their content and their categorization:

4.1 Content

Websites that are submitted to ZEIT Online for linking must comply with the minimum legal requirements and in particular have a legal notice that complies with the legal principles and those developed by case law.

4.2 Links

Only links to the educational institution's website shall be published in the profiles. Links to websites of competitors of ZEIT Online are not permitted unless the educational institution links to its own website as a competitor of ZEIT Online.

4.3 Category/section/search results

ZEIT Online is always striving for optimisation, with the aim of achieving the best possible results for all educational institutions. ZEIT Online reserves the right to adjust or change these parameters at its own discretion. The educational institution has no right to publish its profiles in a specific category or section chosen by it.

General Terms and Conditions

for the study orientation offer HeyStudium

4.4 Format/display

In order to improve the profile quality for all devices, ZEIT Online reserves the right to convert the profile layout accordingly. ZEIT Online works with various cooperation partners. ZEIT Online is entitled, but not obliged, to publish profiles in other online media or to submit them to third parties for publication without obtaining prior permission from the educational institution. Publication in other media or by cooperation partners, e.g. as a profile optimised for display on mobile devices, can be done in a different or standardised layout.

5. Rights and obligations of the educational institution

5.1 The contracting party shall be responsible for providing ZEIT ONLINE GmbH with the content required for the premium profile, in particular images and texts.

5.2 The educational institution shall ensure that its information and content in its profiles and its media campaigns comply with all applicable laws and other legal provisions and the relevant provisions of these GTC. In particular, no information or content such as text, images, graphics, links or frame links may be posted and/or disseminated that infringe the patent, trademark or labelling rights, ancillary copyright or copyrights, personal rights or other rights of third parties.

The educational institution shall indemnify ZEIT Online upon first request against all claims by third parties who assert claims against ZEIT Online due to the infringement of their rights or due to legal violations based on the information and/or content posted by the educational institution. The educational institution shall also bear the costs of any necessary legal defence in this context, including all lawyer's fees and court costs.

5.3 All information provided by the educational institution in profiles as well as in media campaigns must be truthful. ZEIT Online does not adopt third-party content as its own under any circumstances.

5.4 The educational institution is prohibited from uploading and/or making publicly accessible and/or having uploaded and/or made publicly accessible content or representations that depict or glorify violence or are pornographic, discriminatory, racist, insulting, defamatory or otherwise unlawful. The use of chargeable service telephone numbers in profiles or campaigns is not permitted.

5.5 The educational institution guarantees that no images or text submitted by it infringe any third-party rights. The educational institution shall indemnify ZEIT Online in this respect against all third-party claims upon first request. This also applies to any expenses incurred in connection with legal enforcement.

General Terms and Conditions

for the study orientation offer HeyStudium

6. Rights and obligations of ZEIT Online

6.1 ZEIT Online provides a support system for applying to higher education institutions and degree programmes. If ZEIT Online or the HRK is notified of an error in a profile, this will be corrected by the HRK. However, the database is only updated every seven days, at least with regard to the basic profiles.

6.2 ZEIT Online reserves the right not to execute orders placed by educational institutions or to block and/or delete from the platform service elements already published on the Internet, such as images, text, logos, graphics and other files, insofar as the content to be published violates legal requirements, official prohibitions, third-party rights, common decency or ZEIT Online's GTC ("inadmissible content"). The same applies insofar as links are established to Internet pages on behalf of the educational institution that link directly or indirectly to pages with inadmissible content. The payment obligation of the educational institution is unaffected by this.

ZEIT Online is only obliged to remove such inadmissible content within the framework of the legal provisions and at the request of the educational institution. Insofar as claims are made against ZEIT Online due to inadmissible content or other violations of the law for which the educational institution is responsible, the educational institution shall indemnify ZEIT Online upon first request. The indemnity shall include any necessary expenses incurred in connection with legal enforcement.

6.3 If the educational institution violates provisions of this section, applicable statutory provisions or third-party rights, ZEIT Online is entitled to block the educational institution and the content published by it, temporarily or permanently.

6.4 ZEIT Online is entitled to adapt, improve and further develop the layout, structure and functions of the website.

6.5 ZEIT Online assumes no responsibility for data, profile texts or related storage media supplied and is in particular not obliged to store them or return them to the educational institution.

6.6 ZEIT Online is entitled to use the generated data for trend analyses and overviews. However, the respective results are published anonymously.

6.7 If these requirements are not met, the content shall be deemed to be inadmissible content, with the consequences laid out in sections 6.2 and 10.4.

7. Granting of rights

7.1 The educational institution grants ZEIT Online the simple, geographically unrestricted, transferable right to the contents of the profiles or media campaigns to use any contents (e.g. the logo, trademarks, images, text, fonts, if applicable) for the fulfilment of this contract, in particular to reproduce, distribute, make publicly accessible, process in databases and/or archive.

General Terms and Conditions

for the study orientation offer HeyStudium

The right to archive is granted beyond the duration of the client contract for the purpose of reactivating the premium higher education institution profiles and premium degree programme profiles and campaigns in the event that a new client contract is concluded. The educational institution may object to archiving at any time after the end of the contract term and request erasure. The educational institution further grants ZEIT Online the right to enlarge or shrink its logos and/or to colour logos in black and white in order to display the logos in the premium higher education institution profile and premium degree programme profiles adequately.

7.2 The rights referred to in section 7.1 are granted to ZEIT Online with regard to the individual premium higher education institution profiles as well as premium degree programme profiles in each case for the duration of the profile's term. Thereafter, the rights to the content of the given profile revert to the educational institution without the need to withdraw the rights.

7.3 Upon conclusion of the contract, the educational institution grants ZEIT Online the right to indicate it as a testimonial to third parties for advertising purposes and to use logos and trademarks of the educational institution in doing so. The educational institution may object to such use at any time, for example by sending an email to abwicklung@zeit.de.

7.4 A partial or complete transfer of the rights of the educational institution from the contract with ZEIT Online to third parties is excluded.

7.5 The educational institution shall transfer to ZEIT Online all property rights to databases it has transferred to ZEIT Online for publication within the framework of the agreement. In particular, ZEIT Online shall be granted the sole right to assert beneficial ownership of its higher education institution and degree programme database against third parties.

8. Data privacy and data security

8.1 ZEIT Online shall ensure that its servers and those of any service providers commissioned and/or its own service providers are secured in accordance with the state of the art, in particular by firewalls; however, the educational institution is aware that there is a risk for all participants that transmitted data can be intercepted during transmission.

8.2 The educational institution agrees that ZEIT Online may store information and data on the performance and reach of the educational institution's content for the purpose of evaluating the profile performance and optimisation and may use this for marketing purposes, e.g. for the creation of statistics and presentations.

8.3 During the term of this contract, ZEIT Online is entitled to process and store the data received from the educational institution in connection with the business relationship in compliance with the requirements of the applicable data protection regulations and/or to have it processed and stored by any service providers commissioned, to the extent necessary for the purpose of fulfilling the contract.

General Terms and Conditions

for the study orientation offer HeyStudium

In particular, the educational institution consents to ZEIT Online and/or its service providers:

Storing and processing the information provided by the educational institution regarding the educational institution, invoicing data and contact persons, as well as corresponding updates submitted by the educational institution;

- Storing the data received from the educational institution in connection with the business relationship, in compliance with the requirements of the applicable data protection regulations, including after the end of the contract term solely for the purpose of reactivating its premium higher education institution profiles and premium degree programme profiles in the event that a new client contract is concluded, though the educational institution is entitled to object to this at any time and to demand erasure.

8.4 Furthermore, ZEIT Online will treat all data relating to the educational institution that is marked as confidential by the educational institution as confidential and will only use it in accordance with these terms of use. ZEIT Online reserves the right to deviate from this if ZEIT Online has to disclose data due to legal or official orders.

8.5 The educational institution guarantees ZEIT Online and all other users that the educational institution has complied with the requirements of data protection regulations with regard to the data transferred by it and indemnifies ZEIT Online against any claims.

In particular, the educational institution itself must ensure that any necessary consent is obtained from employees before publishing their personal data, e.g. as a contact address in a premium profile.

9. Remuneration and payment arrangements

9.1 The remuneration to be paid to ZEIT Online depends on the type and scope of the packages and options booked. All prices are based on the ZEIT Online offers valid at the time of booking. All prices are subject to the applicable statutory value-added tax. The remuneration shall cover all ancillary costs, e.g. for email, telephone, fax, data transmission, postal charges and photocopies, to the usual extent. One correction loop is also included. Correction and editing costs incurred due to incorrect data delivery are not included. Should the ancillary costs exceed the usual scope in connection with individual orders, ZEIT Online will inform the educational institution of this. The educational institution is obliged to cover these additional incidental costs if it approves them.

9.2 The educational institution shall receive an invoice for the remuneration to be paid. Invoicing shall be carried out via Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG, Helmut-Schmidt-Haus Buceriusstr., entrance Speersort 1, 20095 Hamburg, Germany, as the performing contractor.

General Terms and Conditions

for the study orientation offer HeyStudium

9.3 Invoices are due for payment no later than 14 days after receipt. ZEIT Online reserves the right to demand advance payment.

9.4 In the event of default in payment, ZEIT Online is entitled to defer the publication of individual service elements until payment has been made in full. This does not apply if the educational institution has a right of retention. In the event of payment via SEPA direct debit, the educational institution shall be granted a 2% discount on the invoice amount.

9.5 Offsetting against counterclaims from the educational institution or retention of payments is only permissible in the case of uncontested or legally established claims.

10. Duration and termination of the contract

10.1 The premium profile is published in SUMA for the duration of the term booked. Thereafter, the contract ends, unless it is renewed, without the need for termination.

10.2 The educational institution agrees that ZEIT Online will inform it shortly before the expiry of the contract and make it an offer to extend the booking. There is no corresponding obligation on the part of ZEIT Online.

10.3 Each party has the right to terminate the contract for good cause without notice. A good cause from the point of view of ZEIT Online is in particular:

- A breach of the provisions of these GTC by the educational institution which is not remedied even after a deadline has been set;
- The use of the website by the educational institution beyond what is permitted under these GTC and the client contract, which is not stopped even after a deadline has been set;
- A tortious act by the educational institution or the attempt to commit such an act, e.g. fraud;
- A delay of a payment due by the educational institution by more than six weeks;
- Ongoing operational disruptions due to force majeure beyond the control of ZEIT Online.

10.4 ZEIT Online is furthermore entitled to terminate the contract extraordinarily with a notice period of 3 months if the service provider commissioned by ZEIT Online ceases to provide support for the operation of the website. The date of receipt of the letter of termination by the educational institution is the basis for its compliance with the deadline. Payments already made by the educational institution will be refunded on a pro rata basis when no service can be provided due to the premature termination of the contractual relationship by ZEIT Online.

10.5 Any notice of termination must be in writing. Terminations by fax or email meet the written form requirement.

General Terms and Conditions

for the study orientation offer HeyStudium

11. Liability

11.1 ZEIT Online shall be liable without limitation for intent and gross negligence, for slight negligence only in the event of injury to life, limb or health and in the event of breach of material contractual obligations. Material contractual obligations are those which enable the proper execution of the contract and the achievement of its purpose and on whose compliance the educational institution may therefore regularly rely. Liability in the event of a breach of such a material contractual obligation is limited to the damage typical for the contract, the occurrence of which ZEIT Online had to expect at the time of conclusion of the contract on the basis of the circumstances known at that time.

11.2 ZEIT Online accepts no liability for faults within the line network for which ZEIT Online is not responsible.

11.3 ZEIT Online shall only be liable for the loss of data in accordance with the above paragraphs if such loss could not have been avoided by reasonable data backup measures on the part of the educational institution.

11.4 Liability does not extend to impairments of the contractual use of the services provided by ZEIT Online on the website caused by improper or incorrect use by the educational institution.

11.5 The above limitations of liability shall also apply mutatis mutandis for the benefit of ZEIT Online's employees, staff, representatives, bodies and vicarious agents.

11.6 Insofar as the website offers the possibility of referring to databases, websites, services etc. of third parties, e.g. by including links or hyperlinks, ZEIT Online shall not be liable for the accessibility, existence or security of these databases or services, nor for their content. In particular, ZEIT Online is not liable for their legality, accuracy of content, completeness, up-to-dateness, etc.

12. Advertising

ZEIT Online is entitled to send advertising emails containing its own similar offers to the educational institution's. If data is not to be used in this regard, objection to the use of the data is possible at any time, for example by email.

13. Final provisions

13.1 The laws of the Federal Republic of Germany shall apply, overriding the UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods. The place of jurisdiction for all legal disputes is Hamburg.

13.2 Should individual provisions of these GTC be or become invalid and/or contradict the statutory provisions, this shall not affect the validity of the GTC in other respects. The invalid provision shall be replaced by the contracting parties, by mutual agreement, with a provision that comes as close as possible to the economic purpose of the invalid provision in a legally effective manner. The above provision shall apply mutatis mutandis in the event of omissions.

General Terms and Conditions

for the study orientation offer HeyStudium

13.3 Amendments to these GTC will be submitted to the educational institution by ZEIT Online in writing, by fax or by email. If the educational institution does not object to such amendments within six weeks of receipt of the notification, the amendments shall be deemed agreed. The right of objection and the legal consequences of maintaining silence shall be pointed out separately to the educational institution in the event of an amendment to the GTC.

As of: 31 May 2022

General Terms and Conditions

for the use of the “BOA – Recruiting & Job Matching” platform

See: <https://www.zeit.de/administratives/boa-agb-b2b>

As of: 10 December 2020

General Terms and Conditions

for the use of the job markets on academics

See: <https://www.academics.de/info/allgemeine-geschaeftsbedingungen-agb-arbeitgeber>

As of: May 2021

General Terms and Conditions (GTC)

for employers (academics)

Please refer to: <https://www.academics.com/info/general-terms-and-conditions-gtc-employer>

As of: January 2020

General Terms and Conditions

For registration and participation in ZEIT MEDIA events

1. Scope

The following General Terms and Conditions for registration and participation in ZEIT MEDIA events (hereinafter referred to as “GTC”) apply to all ZEIT MEDIA events held free of charge.

2. The organiser of ZEIT MEDIA events

is Zeitverlag Gerd Bucerus GmbH & Co. KG, Bucerusstr./entrance Speersort 1, 20095 Hamburg, Germany, registered in the commercial register of the Hamburg District Court under the number HRA 91123, Management: Dr Rainer Esser.

3. Registration for ZEIT MEDIA events

Registration for a free ZEIT MEDIA event makes it possible to better estimate the number of attendees. It does not establish any legal obligations for you; conversely, registration does not establish any entitlement to admission or a seat, nor does it establish any entitlement to the performance of the event. If an event is cancelled and you have registered with your email address, you will be notified accordingly if possible.

4. Participation in a ZEIT MEDIA event

Some ZEIT MEDIA events are documented by video/audio recordings, in which the audience is also recorded.

These recordings may be published later, e.g. on www.zeit.de or www.media.zeit.de. By participating in the event, you consent to being shown publicly in such video/audio documentation in a recognisable manner.

5. Liability

Liability by Zeitverlag is excluded. This does not apply in the case of injury to life, limb or health or if the injury is based on intentional or grossly negligent conduct on the part of Zeitverlag or its vicarious agents, or if it is a question of the breach of obligations essential to the achievement of the purpose of the contract (cardinal obligations). In the event of a slightly negligent breach of cardinal obligations, liability shall be limited to the foreseeable damage and to the amount of the participant’s fee; furthermore, liability for consequential and indirect damage shall be excluded. Liability for damage caused during the journey to and from the venues is excluded. Zeitverlag is not liable for the content of speeches, lectures or other contributions by third parties who appear at the event with or without being commissioned by Zeitverlag or who make a contribution to the event materials. Such contributions are the personal statements and opinions of the third parties, not those of Zeitverlag.

General Terms and Conditions

for registration and participation in ZEIT MEDIA events

6. Final provisions

The invalidity or ineffectiveness of individual GTC provisions shall not affect the validity of the remaining provisions.

The laws of the Federal Republic of Germany shall apply, overriding the UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods.

As of: September 2017

General Terms and Conditions (GTC)

of Studio ZX GmbH

Please refer: <https://studiozx.de/agb-der-studio-zx-gmbh/>

Status: May 2022