

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN REGIONALMEDIEN AUSTRIA

Für Werbeeinschaltungen (Print + Online) inkl. Gewerbliche Kleinanzeigen

Stand Oktober 2025

1. ALLGEMEINES UND GELTUNGSBEREICH

Diese AGB gelten – gemeinsam mit den jeweils gültigen Preislisten – für jegliche der RegionalMedien Austria erteilten Werbeaufträge, Aufträge über die Veröffentlichung von Anzeigen inklusive gewerblichen Kleinanzeigen, die Verbreitung von Beilagen, Displaywerbung oder sonstige Online-Werbung auf vermarkteten Webseiten, Social Media oder sonstige Werbung über elektronische Medien, sonstige Werbeformen und Medialeistungen) von Unternehmern sowie für Werbeaufträge von Unternehmern an die Tochtergesellschaften der RMA zur Besorgung von Media-Leistungen in Print- und/ oder Online Medien der RegionalMedien Austria-Gruppe oder deren Kooperationspartnern. RegionalMedien Austria, deren Tochtergesellschaften sowie Kooperationspartner werden im Folgenden auch als Verlag bezeichnet.

Soweit der Verlag in diesem Zusammenhang personen- bezogene Daten als Dienstleister für den Auftraggeber verarbeitet, erfolgt diese Verarbeitung auf Grundlage der Allgemeinen Auftragsverarbeiterbedingungen (AGB AVV) der RegionalMedien Austria. Durch die Erteilung eines Werbeauftrages akzeptiert der Auftraggeber diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen einschließlich der jeweils gültigen Preisliste und der AGB AVV vorbehaltlos. Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden keinesfalls Bestandteil der Vertragsbeziehungen. Weiters nimmt der Auftraggeber den von RegionalMedien Austria selbst auferlegten Verhaltenskodex zur Kenntnis und verzichtet auf weitere Dokumente mit ähnlichem Regelungsinhalt.

2. WERBEAUFTRÄGE

Soweit sich aus der jeweiligen Preisliste nicht ausdrücklich etwas anderes ergibt, sind Angebote des Verlages freibleibend und jederzeit bis zum Zustandekommen des Vertrages widerrufbar.

Gibt eine dem Auftraggeber übermittelte Auftragsbestätigung den erteilten Werbeauftrag nicht richtig wieder, hat der Auftraggeber innerhalb von 3 Werktagen ab Erhalt der Auftragsbestätigung dies schriftlich unter Angabe der unzutreffenden Punkte zu rügen. Ansonsten ist der Werbeauftrag laut Auftragsbestätigung verbindlich. Beträgt der Zeitraum zwischen Übermittlung der Auftragsbestätigung einerseits und dem Anzeigenannahmeschluss andererseits weniger als 3 Werktage, so wird vom Verlag eine Rügefrist in der Auftragsbestätigung definiert. Der Auftraggeber wird in der Auftragsbestätigung auf die Wirkung seines Verhaltens hingewiesen.

Der Verlag ist nach freiem Ermessen berechtigt, die von ihm geschuldeten Leistungen entweder selbst auszuführen oder sich bei der Leistungserbringung Dritter zu bedienen oder einzelne oder alle Rechte und Pflichten aus dem Schaltauftrag an Dritte zu übertragen.

Bei Werbeaufträgen, wenn (I) der Werbeauftrag des Auftraggebers Schaltungen in mehr als einer Ausgabe eines Mediums umfasst und die Schaltungen nicht schon durch den Schaltauftrag nach Preis sowie Format und Medien ausdrücklich fixiert sind; oder (II) der Auftraggeber ein Guthaben für nicht bereits von vorne herein nach Anzahl, Preis, Format und Medien ausdrücklich fixierte Schaltungen erhält; oder (III) der Auftraggeber sich verpflichtet, in einem bestimmten Zeitraum Schaltungen zu tätigen, wenn diese Schaltungen nicht bereits von vorne herein nach Anzahl, Preis, Format und Medien ausdrücklich fixiert sind, sind Änderungen in der Preisliste auch für laufende Verträge verbindlich, und zwar für alle Schaltungen, die nach dem Datum des Inkrafttretens der Änderung vom Auftraggeber in Auftrag gegeben werden.

Der Verlag und der Auftraggeber sind berechtigt, Werbeaufträge, die für unbestimmte Zeit eingegangen wurden, unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von zwei Wochen aufzulösen. Dieses Kündigungsrecht kommt dem Verlag – nicht aber dem Auftraggeber – mangels ausdrücklicher anderer Vereinbarung auch bei befristeten Verträgen zu. Das Recht auf vorzeitige Auflösung aus wichtigem Grund bleibt davon unberührt.

Der Verlag schuldet die vom Werbeauftrag umfassten Werbemaßnahmen im vom Werbeauftrag umfassten Medium. Ein bestimmter damit verbundener Erfolg wird vom Verlag nicht geschuldet. Der Verlag schuldet mangels ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarung insbesondere nicht, dass eine bestimmte Zahl an Ad Impressions & Unique Clients, Visits, oder – bei Werbemaßnahmen in Printmedien – eine bestimmte Auflage tatsächlich erzielt wird. Angegebene Reichweiten und/oder Auflagenzahlen und/oder sonstige Mediendaten dienen lediglich zu Informationszwecken und sind nicht Bestandteil der vom Verlag geschuldeten Leistung. Wurde bei Printmedienwerbung einem Werbeauftrag ausdrücklich – und vom Verlag schriftlich bestätigt – eine bestimmte Auflage als Leistungsbestandteil zu Grunde gelegt, ist die Leistung vom Verlag in quantitativer Hinsicht als erbracht anzusehen, wenn mindestens 75 % der den Schaltauftrag betreffenden kalkulierten Auflage ausgeliefert wird.

Wurde bei Online-Werbung einem Werbeauftrag ausdrücklich eine bestimmte Kontaktmenge als Leistungspflicht des Verlages zu Grunde gelegt, erfolgt der Nachweis der Kontaktmenge ausschließlich durch die Auswertung der Zugriffsdaten des vom Verlag genutzten Ad-Servers. Diese Auswertung wird dem Auftraggeber zur Verfügung gestellt.

Vereinbarte Erscheinungs- oder Veröffentlichungstermine sind grundsätzlich nur Circatermine, sofern sie nicht ausdrücklich als Fixtermine vereinbart wurden. Bei vereinbartem Fixtermin sind bei Auftragserteilung die Mitwirkungspflichten (Datenlieferung, Probeabzüge, Freigabetermine) und deren Termine festzulegen. Kommt der Auftraggeber seinen Mitwirkungspflichten nicht nach oder hält er die Termine nicht ein, haftet der Verlag nicht für die Einhaltung vereinbarter Termine. Dies gilt auch im Falle nachträglicher Auftragsänderungen.



3. ABLEHNUNGS-, RÜCKTRITTS- UND ÄNDERUNGSRECHT DES VERLAGES

Der Verlag behält sich das Recht vor, die Annahme von Werbeaufträgen – auch einzelner Schaltungen im Rahmen eines Gesamtauftrages – insbesondere wenn deren Erfüllung für den Verlag unzumutbar ist, ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Unzumutbarkeit in diesem Sinne liegt jedenfalls dann vor, wenn der Inhalt des Werbeauftrages gegen gesetzliche oder behördliche Verbote oder gegen die guten Sitten oder gegen Redaktions- oder sonstige einschlägige Werberichtlinien des von der Schaltung betroffenen Mediums verstößt.

Bei Unzumutbarkeit im vorbezeichneten Sinn kann der Verlag unabhängig davon – auch betreffend schon rechts- verbindlich angenommener Werbeaufträge – vom Vertrag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form des Werbeauftrages zurücktreten, wenn dem Verlag die die Unzumutbarkeit begründenden Umstände nicht bereits bei Zustandekommen des Vertrages bekannt waren. Der Auftraggeber wird von der Ablehnung ohne unnötigen Aufschub unter Berücksichtigung einer angemessenen Bearbeitungszeit beim Verlag verständigt. Dem Auftraggeber erwachsen im Falle einer Ablehnung keine Ansprüche gegen den Verlag.

Der Verlag ist berechtigt, einen Werbeauftrag durch einseitige Erklärung vorzeitig ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist aus wichtigem Grund zu beenden oder hinsichtlich der noch nicht erfüllten Teile des Werbeauftrages zurückzutreten, insbesondere wenn (I) der Auftraggeber trotz Gewährung einer Nachfrist mit von ihm zu erbringenden Leistungen – und wenn auch nur teilweise – in Verzug ist; (II) die Ausführung der vom Verlag geschuldeten Leistung aus Gründen, die der Auftraggeber zu vertreten hat, unmöglich ist oder trotz Setzung einer Nachfrist weiter verzögert wird, (III) das Medium, für das ein Schaltauftrag erteilt wurde, eingestellt wird; (IV) berechtigte Bedenken hinsichtlich der Bonität des Auftraggebers bestehen und dieser auf Begehren des Verlages weder Vorauszahlungen noch eine sonstige taugliche Sicherheit leistet.

Der Verlag ist berechtigt, die auf Grund eines Werbeauftrages zu erbringende vertragliche Leistung einseitig abzuändern oder davon abzuweichen, wenn die Änderung und / oder Abweichung dem Auftraggeber zumutbar ist. Dies ist insbesondere der Fall, wenn die Änderung geringfügig und sachlich unter Berücksichtigung aller Umstände gerechtfertigt ist und jedenfalls anzunehmen, wenn der Zweck des Werbeauftrages nicht beeinträchtigt wird.

4. WERBEMITTEL

4.1. Allgemeines

Für die Eignung vom Auftraggeber beigebrachter Werbemittel und inhaltliche Fehler beigebrachter Werbemittel übernimmt der Verlag keine Haftung. Auch besteht keine Prüf- und/oder Hinweispflicht für diese Werbemittel. Für etwaige Fehler bei der elektronischen Übertragung oder bei einer Konvertierung übernimmt der Verlag keine Haftung. Bei fernmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernmündlich veranlassten Änderungen sowie bei mangelhaften Werbemitteln übernimmt der Verlag keine Gewähr für die Richtigkeit der Wiedergabe.

Kosten für Lieferung bestellter Entwürfe, Zeichnungen, Filme und sonstige Werbemittel sowie erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber. Die Pflicht zur Aufbewahrung von beigegestellten Werbemitteln endet drei Monate nach Erscheinen der letzten Werbeeinschaltung auf Grund des zu Grunde liegenden Werbeauftrages.

Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers hergestellt und geliefert. Der Verlag ist jedoch berechtigt, auch ohne Vereinbarung darüber dem Auftraggeber Probeabzüge vorzulegen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Probeabzüge innerhalb der gesetzten Frist mit Freigabevermerk zu genehmigen. Erfolgt innerhalb der gesetzten Frist kein Widerspruch des Auftraggebers, gilt die Genehmigung des Auftraggebers hinsichtlich des Korrekturabzuges auch ohne Rücksendung des Probeabzuges mit Genehmigungsvermerk als erteilt. Der Auftraggeber wird bei Übermittlung des Probeabzuges zur Genehmigung auf die Rechtswirkungen seines Verhaltens hingewiesen.

Der Verlag ist zu einer Prüfung der einem Werbeauftrag zu Grunde liegenden Werbemittel oder eines dagegen vor- gebrachten Veröffentlichungsbegehrens nicht verpflichtet, jedoch berechtigt, rechtlich notwendige Adaptionen einer Einschaltung auch ohne vorherige Rücksprache mit dem Auftraggeber vorzunehmen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, den Auftraggeber auf eine allfällige durch eine Schaltung bewirkte oder drohende Rechtsverletzung hinzuweisen.

Für den Wort- und Bildinhalt der Werbemittel so-wie für die Einhaltung der für die beauftragten Werbemaßnahmen geltenden gesetzlichen Bestimmungen, behördlichen Vorgaben und Kennzeichnungspflichten – wie beispielsweise bei Anbot gewerblicher Dienstleistungen die gesetzliche Verpflichtung zur Kennzeichnung seines Unternehmens gem. § 63 GewO – haftet ausschließlich der Auftraggeber, der auch verantwortlich ist für die Gesetzmäßigkeit der Inhalte der von ihm beauftragten Werbemaßnahmen. Dies gilt auch für Werbemittel, die vom Verlag auf Wunsch des Auftraggebers erstellt oder beigebracht werden. Der Auftraggeber ist insbesondere verpflichtet, die für die Durchführung des Werbeauftrages entweder vom Auftraggeber beigegestellten oder vom Verlag über Wunsch des Auftraggebers beschafften oder erstellte Unterlagen, Daten und Werbemittel auf eventuelle bestehende Urheber-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter so- wie auf deren lauterkeitsrechtliche Unbedenklichkeit zu prüfen. Die lauterkeitsrechtliche, wettbewerbsrechtliche oder sonstige rechtliche Prüfung von Werbemitteln, die vom Verlag auf Wunsch des Auftraggebers erstellt oder beigebracht werden, ist nicht Teil des Werbeauftrages. Der Auftraggeber wird den Verlag im Falle dessen Inanspruchnahme durch Dritte (insbesondere wegen urheberrechtlicher Ansprüche oder wegen UWG-Widrigkeit des Inhaltes von Werbemitteln) vollständig schadlos halten, was auch allfällige Kosten einer Urteilsveröffentlichung, Gegendarstellung etc. betrifft. Der Auftraggeber garantiert (§ 880a ABGB), dass das Inserat gegen keinerlei gesetzliche Bestimmungen verstößt und Rechte Dritter nicht verletzt. Der Verlag ist unbeschadet der Pflicht des Auftraggebers gemäß diesem Vertragspunkt berechtigt, beauftragte Werbemaßnahme entsprechend den medienrechtlichen Vorschriften für entgeltliche Ankündigungen, Empfehlungen und Berichte zu kennzeichnen oder eine unzureichende Kennzeichnung zu adaptieren; dies wird vom Auftraggeber zustimmend zur Kenntnis

genommen.

Der Auftraggeber räumt dem Verlag an den im Zusammenhang mit den beauftragten Werbemaßnahmen zur Verfügung gestellten Werbemitteln und deren Bestandteilen folgende Nutzungsrechte ein: (a) die zur Erfüllung des Werbeauftrages zweckdienlichen Nutzungsrechte sowie (b) das Recht, sie – insbesondere in der Form von Produktpräsentationen – zu Referenzzwecken sowie zur Eigenwerbung ohne räumliche und zeitliche Beschränkung in Eigen- und Fremddmedien (jeweils analog und digital) sowie in Social Media Kanälen zu verwenden.

4.2. Nicht vom Verlag gestaltete Werbemittel

Die Werbemittel (Beilagen, Druckunterlagen, Advertorials, Dateien etc.) sind – sofern nicht ausdrücklich und schriftlich etwas anderes vereinbart wird – vom Auftraggeber fristgerecht, vollständig und formatgerecht und den Vorgaben der Preisliste oder Werbemittelspezifikationen betreffend die jeweilige Werbemaßnahme beizubringen. Zum definierten Anzeigenschluss oder Annahmeschluss müssen die Werbemittel beim Verlag eingegangen sein. Die Anlieferung der Werbemittel für Online-Werbung durch den Auftraggeber muss mindestens 3 Werktage vor Schaltungsbeginn erfolgen. Erfolgt die Lieferung der Werbemittel nicht rechtzeitig, kann ein fristgerechter Start des Online-Werbeauftrages nicht zugesagt werden. Ersatzansprüche des Auftraggebers gegen den Verlag aufgrund einer verkürzten Kampagnendauer oder verspätetem Beginn des Werbeauftrages, werden ausdrücklich und gänzlich ausgeschlossen, wenn die Verzögerung / Verkürzung auf eine nicht rechtzeitige und / oder nicht vollständige und/oder nicht formatgerechte Anlieferung der Werbemittel zurückzuführen ist. Trotz verkürzter Kampagnendauer / verspätetem Schaltungsbeginn behält der Verlag in einem derartigen Fall Anspruch auf das gesamte Entgelt. Bei verspäteter Anlieferung der Werbemittel durch den Auftraggeber ist der Auftraggeber – sofern die Durchführung der Schaltung in Anbetracht des Anzeigen- oder Annahmeschlusses überhaupt noch möglich ist – verpflichtet, dem Verlag die dadurch entstehenden Mehrkosten zu ersetzen. Bei nicht formatgerecht vom Auftraggeber beigestellten Werbemitteln behält sich der Verlag das Recht vor, diese entsprechend anzupassen und dem Auftraggeber den dabei anfallenden Aufwand zu verrechnen oder aber den Werbeauftrag nicht durchzuführen, bis der Auftraggeber formatgerechte Werbemittel zur Verfügung stellt. Der Anspruch des Verlages auf Bezahlung des vereinbarten Entgeltes bleibt davon unberührt.

Die Kosten für Änderungen oder Bearbeitungen der vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Werbemittel durch den Verlag, die zur Vornahme der Schaltung erforderlich oder zweckdienlich sind oder vom Auftraggeber gewünscht werden, hat der Auftraggeber zusätzlich zum Entgelt für den Werbeauftrag nach Aufwand zu bezahlen. Der Auftraggeber erklärt, garantiert gegenüber dem Verlag (§ 880a ABGB) und haftet diesem dafür, dass ihm an den dem Verlag zur Verfügung gestellten Werbemitteln und deren Bestandteilen (insbesondere Fotos, Texte, Bilder, Lichtbilder, Lichtbildwerke, grafische und audiovisuelle Elemente, etc.) die alleinigen Urheberrechte zukommen oder er an diesen über die für den Werbeauftrag erforderlichen Werknutzungsrechte oder Werknutzungsbewilligungen verfügt, und überdies, dass die erforderliche Zustimmung der auf (Lauf-)Bildern gegebenenfalls erkennbar abgebildeten Personen vorliegt, dass deren Bildnisse im Rahmen des Werbeauftrages veröffentlicht werden dürfen. Auch haftet der Auftraggeber dafür, dass weder durch die Nutzung der Werbemittel noch durch das / die Foto(s) / Lichtbild(er) selbst in Rechte Dritter eingegriffen wird.

4.3. Vom Verlag erstellte oder beigeschaffte Werbemittel

Die Erstellung oder Beschaffung von Werbemitteln ist mangels anderer Vereinbarung nicht Gegenstand des Werbeauftrages. Wünscht der Auftraggeber auch die Erstellung oder Beischaffung der für einen Werbeauftrag erforderlichen Werbemittel durch den Verlag, so hat der Auftraggeber den Verlag eigens damit zu beauftragen. Mangels anderer Vereinbarung hat der Auftraggeber über das Entgelt für den Werbeauftrag hinaus für eigens beauftragte Beischaffung oder Erstellung von Werbemitteln ein gesondertes Entgelt zu bezahlen. Jedenfalls hat der Auftraggeber dem Verlag die Kosten und Auslagen für die Herstellung oder Beischaffung von Druckvorlagen oder Fotos zu ersetzen. Der Umfang einer Rechteeinräumung zugunsten des Auftraggebers an derart vom Verlag hergestellten oder beigeschafften Werbemitteln ist im Einzelfall zu vereinbaren.

Der Verlag wird dem Auftraggeber vor Durchführung des Werbeauftrages vom Verlag eingeholte oder erstellte Werbemittel zur Genehmigung übermitteln und dazu eine angemessene Frist in Relation zum vereinbarten Erscheinungstermin setzen. Erfolgt innerhalb dieser Frist kein Widerspruch des Auftraggebers, gelten die Werbemittel als genehmigt. Der Auftraggeber wird bei Übermittlung der Werbemittel zur Genehmigung auf die Rechtswirkungen seines Verhaltens hingewiesen.

Sofern vereinbart wurde, dass der Verlag nach den Wünschen des Auftraggebers im Rahmen eines Werbeauftrages ein Werbemittel gestaltet oder beschafft und wird dafür vom Auftraggeber kein über die Kosten und Auslagen für die Herstellung oder Beischaffung von Druckvorlagen oder Fotos hinausgehendes gesondertes Entgelt verrechnet, dürfen für den Auftraggeber vom Verlag gestaltete oder beigeschaffte Inserate ausschließlich zur Veröffentlichung in Medien des Verlages verwendet werden. Der Auftraggeber erhält diesfalls keinerlei Verwertungsrechte, die über die Verwendung des Werbemittels in den Medien des Verlages hinausgehen. Dies gilt auch, wenn ein Entgelt für die Erstellung oder Beschaffung von Werbemitteln durch den Verlag vereinbart wurde, solange dieses vom Auftraggeber nicht vollständig bezahlt wurde.

4.4. Corporate Publishing Produkte und Magazine

Die Abschnitte „Nicht vom Verlag gestaltete Werbemittel“ und „Vom Verlag erstellte oder beigeschaffte Werbemittel“ gelten sinngemäß auch für die Konzeption und Produktion von Corporate Publishing Produkten und Magazinen unter Berücksichtigung der nachfolgend definierten Besonderheiten.

Der Verlag wird dem Auftraggeber Corporate Publishing Produkte und Magazine zur Genehmigung übermitteln und dazu eine



angemessene Reaktionsfrist setzen. Erfolgt innerhalb dieser Reaktionsfrist kein Widerspruch des Auftraggebers, gilt das zur Genehmigung Übermittelte als genehmigt. Der Auftraggeber wird bei Übermittlung auf die Rechtswirkungen seines Verhaltens hingewiesen.

Der Umfang der Rechteeinräumung an vom Verlag geschaffenen, entwickelten oder beigeschafften Layouts und Werken (Grafikdesign, Logodesign) an den Auftraggeber ist im Einzelfall zu vereinbaren.

Sofern nicht ausdrücklich etwas anderes schriftlich vereinbart ist, dürfen vom Verlag für den Auftraggeber geschaffene, entwickelte oder beigeschaffte Layouts und Werke (Grafikdesign, Logodesign etc.) für Corporate Publishing Produkte und Magazine ausschließlich für die Produktion von des konkreten Corporate Publishing Produktes und Magazins durch den oder in Kooperation mit dem Verlag verwendet werden. Der Auftraggeber erhält diesfalls keinerlei Verwertungsrechte, die über diese Verwendung hinausgehen.

Auch wenn dem Auftraggeber weitere Rechte an den geschaffenen, entwickelten oder beigeschafften Layouts und Werken (Grafikdesign, Logodesign) eingeräumt oder übertragen wurden, kommt dem Verlag das nicht ausschließliche, zeitlich und räumlich unbeschränkte Recht zu, die vom Verlag produzierten Corporate Publishing Magazine und Produkte zu Referenz- und Werbezwecken des Verlages zu verwenden und dazu nach eigenem Ermessen des Verlages sowohl gedruckt als auch digital (z.B. Internet, ePaper, Social Media) insbesondere zu vervielfältigen, zu veröffentlichen, zu verbreiten oder zur Verfügung zu stellen.

4.5. Sonderbestimmungen interessensbezogene Displaywerbung

Ist der Auftraggeber eine Agentur, darf der Auftraggeber ausschließlich die zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag schriftlich definierten Cookies oder sonstigen Tracking-Technologien (die entweder am Endgerät des Nutzers gespeichert oder dazu verwendet werden [können], um Nutzerprofile zu generieren oder anzureichern, Nutzer zu identifizieren oder Nutzeraktivitäten zu erheben oder Nutzerinteressen / Nutzerverhalten vorherzusagen) zum Einsatz bringen. Werden zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag keine Cookies oder sonstigen Tracking-Technologien ausdrücklich als zulässig definiert, dürfen vom Auftraggeber keine Cookies oder sonstigen Tracking-Technologien eingesetzt werden.

Werbemittel, die vom Auftraggeber oder einem Kunden des Auftraggebers, wenn der Auftraggeber eine Agentur ist, an den Verlag auf Grund eines Werbeauftrages ausgeliefert werden, dürfen ausschließlich die zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag schriftlich definierten Cookies oder sonstigen Tracking-Technologien (die entweder am Endgerät des Nutzers gespeichert oder dazu verwendet werden [können], um Nutzerprofile zu generieren oder anzureichern, Nutzer zu identifizieren oder Nutzeraktivitäten zu erheben oder Nutzerinteressen / Nutzerverhalten vorherzusagen) beinhalten. Werden zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag keine Cookies oder sonstigen Tracking-Technologien ausdrücklich als zulässig definiert, dürfen die an den Verlag ausgelieferten Werbemittel keine Cookies oder sonstigen Tracking-Technologien enthalten.

Ist der Auftraggeber eine Vermarktungsagentur, garantiert der Auftraggeber, in seinen Verträgen über die Vermarktung von Online Werbefläche mit seinen Vertragspartnern / Lieferanten jeweils zu vereinbaren, dass die an- oder ausgelieferten Werbemittel nur die zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag schriftlich definierten Cookies oder sonstigen Tracking-Technologien (die entweder am Endgerät des Nutzers gespeichert oder dazu verwendet werden [können], um Nutzerprofile zu generieren oder anzureichern, Nutzer zu identifizieren oder Nutzerverhalten oder Nutzerinteressen auszulesen oder vorherzusagen) beinhalten und weiters, dass der Auftraggeber hinsichtlich demnach zulässiger Cookies und Tracking-Technologien verpflichtet ist, alle Informationen bereit zu stellen, die für die Erfüllung der Verpflichtung zur Datenschutzinformation und der Betroffenenrechte nach den datenschutz- oder telekommunikationsrechtlichen Bestimmungen durch den Verlag erforderlich oder zweckdienlich sind. Der Auftraggeber garantiert gegenüber dem Verlag, die Einhaltung dieses Vertragspunktes durch seine Vertragspartner / Lieferanten sicher zu stellen.

Die Auslieferung von demgemäß zulässigen Cookies und die Anwendung von demnach zulässigen sonstigen Tracking-Technologien ist vom Verlag nur nach Maßgabe einer nach datenschutz- oder telekommunikations-rechtlichen Bestimmungen gültigen und aufrechten Einwilligung des betreffenden Nutzers vorzunehmen. Hierzu wird der Auftraggeber rechtzeitig die notwendigen und vom Verlag in seine Datenschutz- und Cookie-Erklärung aufzunehmenden Informationen übermitteln. Der Auftraggeber garantiert hierbei (i) für die Vollständigkeit und Richtigkeit der übermittelten Informationen und weiters, (ii) dass über Tag-in-Tagschaltungen ausgelieferte Werbemittel frei von Malware und Viren sowie nach dieser Vereinbarung unzulässigen Cookies oder sonstigen Tracking-Technologien sind, und allen anwendbaren gesetzlichen Bestimmungen entsprechen und (iii) den Verlag und dessen Repräsentanten diesbezüglich vollständig schadlos zu halten (eine allfällige sonst vereinbarte Haftungsbeschränkung gilt nicht für diese Zusage).

4.6. Sonderbestimmungen für Politische Werbung

Die nachstehenden Regelungen gelten für Werbeaufträge über politische Werbung im Sinne der Verordnung (EU) 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung (kurz: „TTPW-Verordnung“) in Ergänzung zu den übrigen Bestimmungen dieser AGB. Im Fall von Widersprüchen zu anderen Bestimmungen in diesen AGB gehen die speziellen Regelungen gemäß den Sonderbestimmungen für politische Werbung vor.

Der Auftraggeber hat ehestmöglich gegenüber dem Verlag aus eigener Initiative offenzulegen, ob es sich bei einem Werbeauftrag um politische Werbung im Sinne des Artikel 3 Ziffer 2 TTPW-Verordnung handelt. Bei Werbeaufträgen ohne erkennbar politischen Charakter/Hintergrund gilt das Unterbleiben eines aktiven Hinweises durch den Auftraggeber oder durch das Unterbleiben einer aktiv vom Auftraggeber abgegebenen Erklärung nach Art. 7 (1) TTPW-Verordnung stets als konkludente Verneinung des Vorliegens einer politischen Werbung seitens des Auftraggebers.

Über Verlagen des Verlages hat der Auftraggeber zu bestätigen, ob ein Werbeauftrag politische Werbung in diesem Sinne darstellt



oder beinhaltet. Der Auftraggeber hat in diesem Zusammenhang eine verbindliche und wahrheitsgemäße Erklärung darüber abzugeben, ob es sich bei der Werbedienstleistung, mit der er den Verlag beauftragt hat (kurz: „beauftragte Werbedienstleistung“), um eine politische Werbung nach Art 3 Ziffer 2 TTPW-Verordnung oder um eine Werbedienstleistung im Sinne des Artikels 3 Ziffer 5 der TTPW-Verordnung handelt, und gegebenenfalls ob die Anforderungen nach Artikel 5 Absatz 2 der TTPW-Verordnung erfüllt sind. Erklärt der Auftraggeber, dass es sich bei der beauftragten Werbedienstleistung um keine politische Werbung oder Werbedienstleistung in diesem Sinne handelt oder verweigert er die Abgabe einer diesbezüglichen Erklärung, so berechtigt dies den Verlag gegenüber dem Auftraggeber zur Annahme, dass es sich bei der beauftragten Werbedienstleistung um keine politische Werbedienstleistung handelt.

Der Auftraggeber garantiert (§ 880a ABGB) gegenüber dem Verlag die Richtigkeit seiner Erklärung und hält den Verlag und seine Repräsentanten über erste Aufforderung diesbezüglich vollkommen schadlos.

Ist der Auftraggeber eines Werbeauftrages ein politischer Akteur im Sinne des Artikels 3 Ziffer 4 oder Sponsor im Sinne des Artikels 3 Ziffer 10 der Verordnung (EU) 2024/900 oder ein Anbieter von Werbedienstleistungen, der im Namen eines Sponsors handelt, so hat der Auftraggeber sämtliche gemäß Artikel 7 der TTPW-Verordnung erforderliche Informationen beizubringen wie folgt:

Der Auftraggeber hat außerdem die einschlägigen Informationen vorzulegen, die für die Einhaltung des Artikels 9 Absatz 1, des Artikels 11 Absatz 1 und des Artikels 12 Absatz 1 der TTPW-Verordnung einschließlich der dazu von der EU-Kommission erlassenen Durchführungsverordnung (EU) 2025/1410 erforderlich sind. Der Auftraggeber hat alle zur Erfüllung der Verpflichtungen gemäß der Artikel 9 Abs 1, 11 Abs 1 und 12 Abs. 1 TTPW-Verordnung benötigten Informationen beizuschaffen, bereitzustellen und zeitgerecht an den Verlag zu übermitteln.

Diese Erklärungen und Informationen sind vom Auftraggeber an den Verlag unaufgefordert und unverzüglich zu übermitteln und müssen vollständig und richtig sein (auch kurz: „rechtskonforme Erklärungen und/oder Informationen“).

Sofern nichts Gegenteiliges vereinbart wird, hat der Auftraggeber auch das Werbesujet mit den nach Artikel 11 Absatz 1 der TTPW-Verordnung geforderten Kennzeichnungen, in der Ausgestaltung, wie von der Durchführungsverordnung (EU) 2025/1410 verlangt, zur Verfügung zu stellen. Dabei hat der Auftraggeber Formatvorgaben des Verlages zu beachten.

Sofern sich vor oder während der Durchführung der beauftragten Werbedienstleistung ergibt, dass die von der TTPW-Verordnung geforderten Erklärungen und/oder Informationen des Auftraggebers unvollständig oder (auch nur in Teilen) unrichtig sind, oder das Werbesujet nicht rechtskonform gekennzeichnet ist, hat der Auftraggeber die betroffenen Erklärungen und/oder Informationen unverzüglich nachzureichen oder zu berichtigen und ein verbessertes Werbesujet zu übermitteln (kurz: „Verbesserungspflicht“). Der Verlag ist unbeschadet der Pflicht des Auftraggebers gemäß diesem Vertragspunkt berechtigt, beauftragte Werbemaßnahme entsprechend den Vorschriften der TTPW-Verordnung und der dazu erlassenen Durchführungsbestimmungen zu kennzeichnen oder eine unzureichende Kennzeichnung zu adaptieren; dies wird vom Auftraggeber zustimmend zur Kenntnis genommen.

Der Verlag ist zur Ausführung oder Fortsetzung der beauftragten Werbedienstleistung nicht verpflichtet, solange die rechtskonformen Erklärungen und/oder Informationen nicht bei ihm eingelangt sind oder nicht zur Gänze vorliegen oder das Werbesujet nicht korrekt gekennzeichnet ist. Dies schließt das Recht des Verlages ein, schuldbefreiend zur Veröffentlichung vorgesehene Inhalte nicht zu veröffentlichen oder veröffentlichte Inhalte zu entfernen oder zu sperren. Kommt der Auftraggeber seiner Verbesserungspflicht nicht nach, so kann der Verlag nach seiner Wahl entweder am Vertrag über die beauftragten Werbedienstleistung festhalten oder nach Aufforderung des Auftraggebers zur Verbesserung und fruchtlosem Verstreichen der dafür gesetzten angemessenen Frist die Auflösung des Vertrags über die beauftragten Werbeleistungen erklären.

In beiden Fällen bleibt der Auftraggeber zur Zahlung des für die Erbringung der beauftragten Werbeleistung vereinbarten Entgelts verpflichtet. Allfällige durch das Unterbleiben der Auftragsausführung beim Verlag eingetretene Ersparnisse sowie ein allfälliger Erwerb aus durch den Ausfall der beauftragten Werbeleistung ermöglichter Ersatzgeschäfte sind auf die Zahlungspflicht des Auftraggebers anzurechnen. Die Behauptungs- und Beweispflicht für die Anrechnung trifft den Auftraggeber. Der Auftraggeber kann bei Nichtausführung oder Abbruch der beauftragten Werbedienstleistung aufgrund Fehlens rechtskonformer Erklärungen und/oder Informationen oder einem nicht korrekt gekennzeichneten Werbesujet keine Nichterfüllungs- oder Gewährleistungsansprüche gegen den Verlag geltend machen. Jegliche Haftung des Verlages für Schäden oder sonstige Nachteile, die der Auftraggeber zufolge Unterbleibens oder Abbruchs der beauftragten Werbeleistung aufgrund nicht rechtskonformer Erklärungen und/oder Informationen erleidet, ist ausgeschlossen. Den Verlag treffen gegenüber dem Auftraggeber auch keine Prüf-, Warn- und/oder Auskunftspflichten hinsichtlich der Vollständigkeit und Richtigkeit der vom Auftraggeber beigebrachten Erklärungen und Informationen oder rechtskonformer Kennzeichnung des Werbesujets. Sofern der Verlag im Rahmen der Erfüllung seiner Pflichten aus der TTPW-Verordnung den Auftraggeber auf fehlende oder (offensichtlich) unrichtige Erklärungen und/oder Informationen hinweist oder den Auftraggeber sonst auf freiwilliger Basis bei der Erfüllung seiner Verpflichtungen in Zusammenhang mit der TTPW-Verordnung unterstützt, übernimmt der Verlag keine Verantwortung für die rechtliche Richtigkeit des Hinweises bzw. der freiwilligen Unterstützungsleistungen.

Der Auftraggeber garantiert (§ 880a ABGB) vollständige, richtige und rechtskonformen Erklärungen und/oder Informationen sowie die vollständige, richtige und rechtskonforme Kennzeichnung von Werbesujets und hält den Verlag frei von jeglichen Nachteilen, einschließlich gegen den Verlag oder dessen Repräsentanten verhängter Strafen sowie Ansprüchen Dritter aus oder in Zusammenhang mit einer unterbliebenen, verspäteten, unvollständigen oder unrichtigen Übermittlung der von der TTPW-Verordnung geforderten Erklärungen und/oder Informationen bzw. fehlerhaften oder unterbliebenen Kennzeichnung. Diese Freistellungspflicht des Auftraggebers umfasst auch die Kosten des Verlages einschließlich jener dessen Repräsentanten für dessen anwaltliche Beratung und Vertretung sowie allfällige Gerichtsgebühren und sonstige Verfahrenskosten. Der Auftraggeber ist – auch nach Beendigung der beauftragten Werbedienstleistung – zur umfassenden Mitwirkung in allen Angelegenheiten, die die von ihm beauftragte Werbedienstleistung betreffen, verpflichtet und wird den Verlag nach besten Kräften bei der Erfüllung seiner



diesbezüglichen Verpflichtungen aufgrund der TTPW-Verordnung unterstützen.

Soll für Werbeaufträge über politische Werbung im Sinne der TTPW-Verordnung Targeting oder ein Anzeigenschaltungsverfahren im Sinne des Artikels 3 Ziffer 11 und Ziffer 12 der TTPW-Verordnung eingesetzt werden, muss dies vom Auftraggeber eigens und ausdrücklich beauftragt werden und kann dies nur erfolgen, wenn dies vom Verlag ausdrücklich und schriftlich zuvor gegenbestätigt wird. Jedenfalls aber trägt der Auftraggeber, wenn er im Zusammenhang mit der beauftragten Werbedienstleistung Targeting oder Anzeigenschaltungsverfahren im Sinne des Artikels 3 Ziffer 11 und Ziffer 12 der TTPW-Verordnung einsetzt, so die alleinige Verantwortung für die Einhaltung des Kapitels III der TTPW-Verordnung und hat er dem Verlag die dort normierten Informationen ebenso unaufgefordert, vollständig, genau und unverzüglich zu übermitteln.

Der Einsatz von Targeting oder Ad-Delivery-Techniken im Zusammenhang mit politischer Online-Werbung ist mangels gesonderter und ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarung untersagt. Der Auftraggeber garantiert (§ 880a ABGB), dass er keine Werbemittel für Displaywerbung, die politische Werbung im Sinne der Verordnung (EU) 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung (kurz: „TTPW-Verordnung“) darstellt, dem Verlag ohne entsprechende speziell darauf gerichtete Vereinbarung zur Ausspielung anzuliefern; dies gilt auch für Tag-in-Tag bereitgestellte Werbemittel. Der Auftraggeber garantiert (§ 880a ABGB) weiters, den Verlag und seine Repräsentanten diesbezüglich vollkommen über erste Aufforderung schadlos zu halten.

5. STORNO

Stornierungen von Werbeaufträgen sind nur bis zum für den vereinbarten Erscheinungstermin oder Kampagnenstarttermin geltenden Anzeigen- oder Annahmeschluss möglich und müssen schriftlich erfolgen.

Erfolgt – bei Werbemaßnahmen in Printmedien – eine Stornierung des erteilten Schaltauftrages nach dem für die betreffende Schaltung maßgeblichen Anzeigenannahmeschluss bis zum Beginn der Plattenproduktion, wird ein Betrag in Höhe von 50% des Entgeltes für den stornierten Werbeauftrag an Manipulationsgebühr in Rechnung gestellt.

Eine Stornierung bis acht Werktage vor Start der Kampagne ist kostenlos. Danach wird eine Stornierung mit einer Stornogebühr von 50% der noch nicht ausgelieferten Kampagne verrechnet. Eine zeitliche Verschiebung der Kampagne um mehr als ein Monat stellt ein Sorno dar. Bei Stornierungen entfallen gegebenenfalls erhaltene Volumes- und/oder Crossmedia – Rabatte.

Reservierte Prospektbeilagen können bis spätestens 2 Wochen vor Anzeigenschluss storniert werden. Bei späterer Stornierung wird eine Gebühr von 50 % der Auftragssumme eingehoben.

6. DRUCK UND VERBREITUNG

Für die Aufnahme von Anzeigen oder Inseraten in bestimmte Nummern wird keine Gewähr geleistet, wenn nicht die Gültigkeit des Werbeauftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht wurde. Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt, stellen jedoch für den Verlag keine Verpflichtung dar. Konkurrenzausschluss kann nicht zugesagt werden.

Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen nur, sofern die ihm überlassenen Werbemittel / Druckunterlagen dies zulassen. Für Mängel und Schäden an den Druckunterlagen, die sich erst während des Druckvorganges bemerkbar machen, haftet der Verlag nicht und leistet er auch keine Gewähr. Der Verlag lehnt jede Haftung für Schäden, die durch Druckfehler entstanden sind, ab. Ersatzanzeigen können nur verlangt werden, wenn durch Fehler des Verlages der Sinn der Anzeige verändert wird oder die Erfolgsaussichten der Anzeige in Frage gestellt sind. Ein allfälliger Gewährleistungs- oder Schadenersatzanspruch ist auf eine kostenlose Ersatzanzeige beschränkt. Der Verlag hat das Recht, zweimal eine Nachbesserung zu versuchen.

Sofern für die Verbreitung von Anzeigen oder Werbemitteln – bei Werbemaßnahmen in Printmedien – die Zustellung von Gratis-Printpublikationen an Abgabestellen in einem Verbreitungsgebiet vereinbart wurde, liegt nur dann ein Abweichen vom Geschuldeten vor, wenn an mehr als 10 % der dem Auftrag zu Grunde liegenden Abgabestellen nicht oder – für den Fall, dass ein bestimmter Erscheinungstermin ausdrücklich als Fixtermin vereinbart wurde – verspätet zugestellt wird und der Auftraggeber dies nachweist. Ein allfälliger Gewährleistungs- oder Schadenersatzanspruch ist auf eine kostenlose Ersatzanzeige im Ausmaß der nicht oder verspätet erfolgten Verbreitung beschränkt.

Bei Betriebsstörung oder Eingriffen durch höhere Gewalt hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung, wenn zumindest 75 % der Auflage ausgeliefert sind.

Hat sich der Auftraggeber verpflichtet, innerhalb einer bestimmten Zeitspanne Werbeaufträge entweder in (i) nach Wert oder (ii) nach Format und Medien definiertem Umfang vorzunehmen und unterbleibt die Abwicklung der Schaltungen ohne Verschulden des Verlages, hat der Verlag dennoch Anspruch auf das volle ungeminderte Entgelt.

7. GEWÄHRLEISTUNG UND HAFTUNG

Soweit auf Grund dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht anderorts Gewährleistungsausschlüsse oder Haftungsbeschränkungen erfolgten gilt:

Für Mängel, die den Zweck des betreffenden Werbeauftrages nicht wesentlich beeinträchtigen, wird nicht gehaftet und auch keine Gewähr geleistet.

Beanstandungen aller Art sind bei Werbemaßnahmen in Printmedien innerhalb von 10 Tagen nach Erscheinungsdatum und bei Online-Werbemaßnahmen innerhalb von 10 Tagen nach Kampagnenstart zu erheben.

Die Beweislastumkehr gemäß § 924 ABGB zu Lasten des Verlages ist ausgeschlossen. Das Vorliegen des Mangels zum Erfüllungszeitpunkt, der Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge sind vom Auftraggeber zu beweisen.

Ein Schadenersatzanspruch des Auftraggebers besteht ausschließlich bei krass grober Fahrlässigkeit; er ist mit dem Auftragswert begrenzt. Ein darüberhinausgehender Anspruch ist ausgeschlossen (insbesondere Mangelfolgeschäden etc.). Schadenersatzansprüche sind bei sonstigem Verfall innerhalb von sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens und innerhalb von längstens drei Jahren ab Leistungserbringung gerichtlich geltend zu machen.

8. ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Die Rechnungen sind binnen 14 Tagen netto ab Rechnungsdatum zu bezahlen. Der Auftraggeber stimmt einer elektronischen Übermittlung von Rechnungen insbesondere per Telefax oder E-Mail unter Verwendung der allgemeinen Kontaktdaten (z.B. Firmen-Fax; Firmen-E-Mail-Adresse) des Auftraggebers zu. Elektronisch übermittelte Rechnungen gelten als zugestellt, sobald Sie an den Mailserver des Rechnungsempfängers übermittelt und für den Rechnungsempfänger unter gewöhnlichen Umständen abrufbar sind. Der Auftraggeber hat die erforderlichen technischen und organisatorischen Vorkehrungen zu treffen, damit er elektronische Rechnungen empfangen und zum Fälligkeitszeitpunkt bedienen kann. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in der Höhe von 1 % pro Monat und die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann die Ausführung des Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen. Der Verlag behält sich das Recht vor, eingegangene Zahlungen zuerst auf eventuell entstandene Kosten, dann auf Zinsen und dann auf die Hauptsache anzurechnen. Im Falle von Schecks gilt die Zahlung erst als erfolgt, wenn die Einlösung des Schecks gutgebucht wurde. Der Verlag ist auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses berechtigt, das Erscheinen weiterer Anzeigen von der Vorauszahlung des Betrages und vom Ausgleich offenstehender Rechnungen abhängig zu machen, und zwar ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel und ohne dass dadurch dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen. Der Auftraggeber kann nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen.

9. TARIFE

Änderungen des Anzeigentarifes treten auch bei laufenden Abschlüssen und bei vorliegenden Aufträgen in Kraft. Zusätzlich zum vereinbarten Preis werden gemäß den Bestimmungen des Werbeabgabegesetzes 5 % Werbeabgabe und 20 % USt. verrechnet. Alle Preisangaben erfolgen in Euro. Für Platzierungsvorschriften wird ein 80 %iger Zuschlag verrechnet, wenn deren Erfüllung möglich war. Sofern keine besonderen Größenvorschriften erteilt wurden, wird der Preis nach der tatsächlichen Abdruckhöhe berechnet. Der Platzierungszuschlag wird vom Grundpreis errechnet und nicht vom rabattierten Preis.

Werden vom Auftraggeber tarifmäßig vorgesehene oder vereinbarte Nachlässe beansprucht, so sind die diesbezüglichen Werbeaufträge mangels ausdrücklicher anderer Vereinbarung innerhalb jenes Kalenderjahres, auf das sich die Rabattvereinbarung oder der Rabatt beziehen, abzuwickeln. Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres beauftragten Werbemaßnahmen gewährt. Werden im Hinblick auf einen gewährten oder vereinbarten Rabatt zusammenhängende Werbeaufträge ohne Verschulden des Verlages nicht erfüllt oder nicht innerhalb des definierten Zeitraumes abgewickelt, so hat der Auftraggeber dem Verlag (I) den Differenzbetrag zwischen dem gewährten Nachlass und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass – sofern ein solcher entweder vereinbart wurde oder sich aus der Preisliste ergibt – oder (II) andernfalls die Differenz zum Preis laut Preisliste zu vergüten.

Guthaben in der Form von Werbeleistungen / Medialeistungen sind vom Auftraggeber mangels ausdrücklicher anderer schriftlicher Vereinbarung innerhalb eines Jahres nach Zustandekommen der zu Grunde liegenden Vereinbarung zu verbrauchen. Mangels ausdrücklicher anderer schriftlicher Vereinbarung verfallen nicht innerhalb dieser Zeitspanne verbrauchte Guthaben. Der Auftraggeber wird vom Verlag rechtzeitig vor Eintritt der Präklusionsfolge zum Verbrauch eines noch bestehenden Guthabens aufgefordert.

10. DATENVERARBEITUNG ZU MARKETINGZWECKEN

(1) Der Auftraggeber erklärt sich bis auf jederzeitigen Widerruf damit einverstanden, dass die ihn betreffenden Daten (Firmenbezeichnung, Name, Anschrift, UID-Nummer, E-Mail-Adresse[n], Telefonnummer[n], Telefaxnummer[n], Berufs- bzw. Branchenzugehörigkeit, Kundenkategorie, Kontaktinformationen von Ansprechpartnern) von der RMA Media Services GmbH sowie folgenden weiteren Unternehmen der RegionalMedien Austria: RMA Marketing Services GmbH, RegionalMedien Tirol GmbH, RegionalMedien Salzburg GmbH, RegionalMedien Niederösterreich GmbH, bz Wiener Bezirkszeitung GmbH, Bezirksblätter Burgenland Verlag GmbH, Wochenzeitungs GmbH Steiermark, RMK Regionalmedien Kärnten GmbH, RegionalMedien Oberösterreich GmbH, Media 21 GmbH, RMA Gesundheit GmbH, RZ Regionalzeitungs GmbH) zu Zwecken des eigenen Marketings sowie der Weiterentwicklung der Bedarfsanalyse, der Kundenberatung, der Verbesserung von Lösungsvorschlägen sowie für Direktmarketingaktionen **erhoben, verarbeitet, in eine Kundendatenbank aufgenommen** und auf elektronischen Datenträgern **gespeichert** werden;

(2) er zu Werbezwecken durch Zusendung von **elektronischer Post**, einschließlich SMS, und/oder durch **Anrufe** und/oder **Telefaxsendung** vom Verlag oder den oben angeführten Empfängern unter Verwendung seiner oben angeführten Kontaktinformationen für Dienstleistungen und Produkte des Verlages und der oben angeführten weiteren Gesellschaften (Produkte, Dienstleistungen und Aktionen sowie Werbemöglichkeiten in den Bereichen Printmedien, Onlinemedien und Social Media) und deren Newsletter, wobei diese auch – aber als solche leicht erkennbar – Drittwerbung enthalten können, **kontaktiert wird**.

Jede der zuvor angeführten Zustimmungserklärungen kann vom Auftraggeber jederzeit widerrufen werden (Kontakt: RMA Media Services GmbH, Am Belvedere 10 / Top 5, 1100 Wien, Tel.: +43/1/5353530-110, Fax: +43/1/5353530- 120, E-Mail:



**Regional
Medien
Austria**

kundenservice@regionalmedien.at). **Der Widerruf hat keine Auswirkungen auf laufende Vertragsbeziehungen mit den oben angeführten Gesellschaften. Er wirkt, sobald die Widerrufserklärung zugeht und lässt bereits auf Grund der erteilten Zustimmung erfolgte Verarbeitungen unberührt.**

11. SONSTIGES

Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe und Eilbriefe von Chiffreanzeigen werden auf dem normalen Postwege weitergeleitet.

Alle Vereinbarungen einschließlich nachträglicher Änderungen, Ergänzungen usw. bedürfen zu ihrer Gültigkeit der Schriftform. Dies gilt auch für das Abgehen vom Schriftformerfordernis. Mündliche Abreden sind bis zu ihrer schriftlichen Bestätigung durch vertretungsbefugte Mitarbeiter ungültig. Erfüllungsort für Lieferung und Zahlung und ausschließlicher Gerichtsort ist Sitz des Verlages.

Es gilt österreichisches Recht unter Ausschluss des internationalen Privatrechts.