

MEDIA SALES

§ 1 Geltungsbereich der AGB

1. Für sämtliche mit der CTS Eventim Austria GmbH (im Folgenden „CTS“) geschlossenen Verträge über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel auf oeticket.com, via Newsletter oder als Printmedium, gelten ausschließlich die vorliegenden allgemeinen Geschäftsbedingungen (im folgenden „AGB“).
2. Eine unterbliebene Zurückweisung der AGB des Geschäftspartners seitens CTS führt nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten. CTS schließt vorbehaltlich anderweitiger ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarung, einen Vertrag mit dem Kunden grundsätzlich auf der Grundlage ihrer AGB.
3. CTS ist berechtigt, die vorliegenden AGB jederzeit zu ändern. Im Falle von Anpassungen wird CTS ihre Kunden rechtzeitig darüber informieren. Die aktuelle Version der AGB ist unter https://www.oeticketbusiness.com/fileadmin/b2b-at/2025_eventim_mediasales_agbs.pdf abrufbar.

§ 2 Werbeauftrag

1. Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“ genannt) ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsmedien zum Zwecke der Verbreitung. Der Vertrag wird zwischen der CTS Eventim Austria GmbH (nachfolgend „CTS“ genannt) und einem Kunden oder einer Agentur bzw. einem Werbemittler (alle drei nachfolgend „Kunde“ genannt) abgeschlossen.
2. Bezüglich des Werbeauftrags gelten ausschließlich die gegenständlichen AGB sowie die Preisliste für Mediasales von CTS, die einen Grundbestandteil des zwischen CTS und dem Kunden abgeschlossenen Vertrags bilden.

§ 3 Werbemittel

1. Für die Schaltung von Werbemitteln kommen grundsätzlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Broschüre über Medialeistungen (abrufbar unter <https://www.oeticketbusiness.com/services>) ausgewiesen sind.
2. In allen Veranstaltungsanzeigen muss oeticket.com als Ticketvertrieb mit Logo vertreten sein. Das Logo kann unter [oeticket | Logo Download](#) heruntergeladen werden.

MEDIA SALES

§ 4 Vertragsschluss

1. Der Vertrag zwischen CTS und dem Kunden kommt durch schriftliche oder per E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags durch CTS zustande. Mündlichen oder fernmündlichen Abreden bedürfen einer schriftlichen Bestätigung. Ein Vertrag kann über einzelne oder eine bestimmte Anzahl an Werbemittel geschlossen werden. Zudem kann der Kunde Termine für einzelne Schaltungen oder ein entsprechender Laufzeitraum angeben, die jedoch keine Verpflichtung für CTS bedeuten. Hierzu ist das oeticket-Marketingauftragsformular zu verwenden.
2. Soweit Aufträge durch Werbeagenturen erteilt werden, kommt der Vertrag vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen im Zweifel mit dieser zustande. Soll ein Werbetreibender selbst Kunde werden, so muss er von der Werbeagentur vor Abschluss des Vertrages ausdrücklich benannt werden. CTS ist in solchen Fällen berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.
3. Von einem Vertragsabschluss explizit ausgeschlossen sind Verbraucher im Sinne des § 1 KSchG.

§ 5 Bereitstellen der Werbemittel

1. Der Kunde garantiert, die Werbemittel vollständig, rechtzeitig, fehlerfrei und in geeigneter Form zu übermitteln. Die Frist für eine rechtzeitige Anlieferung vor Schaltungsbeginn ist der Auftragsbestätigung zu entnehmen.
2. Die Kosten, die CTS für eine vom Kunden nach Datenanlieferung gewünschte oder zu vertretende inhaltliche bzw. zeitliche Änderung des Werbemittels entstehen, sind vom Kunden zu tragen.
3. Eine Pflicht zur Aufbewahrung des Werbemittels seitens CTS endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.
4. CTS ist bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere unvollständiger, fehlerhafter, ungeeigneter, oder verspäteter Anlieferung des Werbemittels nicht zu dessen Verbreitung verpflichtet. Werden erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen rechtzeitig angeliefert, so obliegt es CTS, Ersatz anzufordern.
5. CTS ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die vom Kunden gelieferten Vorlagen zu bearbeiten, soweit dies zur Schaltung des Werbemittels auf den Medien von CTS

MEDIA SALES

erforderlich oder ratsam ist.

6. Als bezahlt auszuweisende redaktionelle Berichterstattungen, Advertorials sowie die optische In-Szene-Setzung der Produkte und Veranstaltungen des Kunden (insbesondere, aber nicht ausschließlich am Cover der Printmedien der CTS) werden von der Redaktion und der Art Direction CI-konform adaptiert.

§ 6 Platzierungsangaben

1. Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt, stellen jedoch für CTS keine Verpflichtung dar.
2. Hat der Kunde keinen Platzierungswunsch für das Werbemittel geäußert, ist die schriftliche Bestätigung mit dem im Auftrag angegebenen Umfang maßgeblich. Die Platzierung des Werbemittels wird von CTS und dem Kunden einvernehmlich vorgenommen.
3. Ist kein Einverständnis herstellbar, entscheidet CTS nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Kunden.

§ 7 Ablehnungsbefugnis

1. CTS behält sich vor, Werbeaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Vertrages über Werbeleistungen, abzulehnen bzw. zu sperren, sofern deren Inhalt gesetzeswidrig ist, gegen behördliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom Österreichischen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, oder deren Veröffentlichung für CTS wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.
2. Die Zurückweisung wird dem Kunden durch CTS schriftlich mitgeteilt. Der Kunde ist in diesem Fall berechtigt, CTS eine geänderte Version des zu schaltenden Werbemittels zu übermitteln, sofern die auf unter § 5 verwiesenen Fristen eingehalten werden. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch CTS in Rechnung gestellt werden. Geht die geänderte Version nicht mehr rechtzeitig für die Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Publizierungstermines bei CTS ein, behält CTS den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung auch dann, wenn die Schaltung des Werbemittels nicht erfolgt.
3. CTS ist berechtigt, die Schaltung des Werbemittels vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf Sachverhalte gemäß Punkt 1 vorliegt. CTS kann dem

MEDIA SALES

Kunden anbieten, das Werbemittel durch ein alternatives Werbemittel zu ersetzen. Die insoweit entstehenden Mehrkosten, insbesondere auch ein potenziell entgangener Gewinn, können dem Kunden nach Nachweis durch CTS in Rechnung gestellt werden. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

4. CTS ist berechtigt, ein bereits veröffentlichtes Werbemittel gänzlich zurückzuziehen, wenn der Kunde nachträglich nicht abgesprochene Änderungen der Inhalte des Werbemittels vornimmt. In diesem Fall steht dem Kunden keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis zu, wobei CTS seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.
5. CTS behält sich ausdrücklich das Recht vor, Werbeschaltungen abzulehnen, die in Zusammenhang stehen mit der Nutzung von Mehrwertdienstnummern, insbesondere für sog. „Dialer“ über 0190- oder 0900er-Rufnummern.

§ 8 Rechtegewährleistung

1. Der Kunde gewährleistet und sichert zu, dass er über sämtliche zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte verfügt. Ferner stellt der Kunde CTS von allen Ansprüchen Dritter frei, die aufgrund der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen – insbesondere jedoch nicht ausschließlich solchen des Urheberrechts – entstehen können. Ferner stellt der Kunde CTS von allen im Zusammenhang mit einer notwendigen Rechtsverteidigung erwachsenden Kosten frei und unterstützt diese nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen.
2. Der Kunde überträgt sämtliche für die Vertragsdurchführung erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte an CTS.
3. Der Kunde verpflichtet sich, bei der Gestaltung der Werbemittel die gesetzlichen Bestimmungen und Grenzen einzuhalten.

§ 9 Gewährleistung von CTS

1. CTS gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Eine vollkommen von Fehlern freie Wiedergabe wird jedoch ausdrücklich nicht garantiert.
2. Die Gewährleistung gilt daher nicht für unwesentliche Fehler, die nicht der Sphäre der CTS entstammen. Darunter fallen beispielsweise eine Beeinträchtigung, hervorgerufen durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B.

MEDIA SALES

Browser) oder durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern oder Online-Diensten) oder durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) kommerzieller und nicht kommerzieller Provider und OnlineDienste oder durch einen Ausfall der Ad-Server oder der Server des jeweilig zum Einsatz kommenden Content-Management-Systems, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

3. Sofern es sich um einen Ausfall handelt, welcher auch im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebs passieren kann, der jedoch Sphäre der CTS zuzurechnen ist, wie unter anderem der Ausfall der Server oder des von CTS genutzten Ad-Servers und sofern es sich um einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung handelt, entfällt die Zahlungspflicht des Kunden für den Zeitraum des Ausfalls. Sonstige Ansprüche sind ausgeschlossen.
4. Etwaige Gewährleistungsansprüche sind nicht abtretbar und verjähren abweichend von den gesetzlichen Regelungen bereits nach einem Jahr.
5. Darüberhinausgehende Garantien übernimmt CTS nicht.

§ 10 Ausfall oder Verschiebung des Werbeauftrages

1. Sofern die Durchführung einer Werbeschaltung aus redaktionellen oder technischen Gründen, wegen höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen oder sonstigen Gründen ausfällt, so wird die Durchführung des Werbeauftrages nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. Diese Vorverlegung oder Nachholung bzw. eine etwaige Einbettung des Werbemittels in ein anderes Umfeld geschieht nach Information und im Einvernehmen mit dem Kunden. Sofern der Kunde der Verschiebung der Durchführung des Werbeauftrages bzw. der Einbettung in ein anderes Umfeld nicht schriftlich binnen einer Frist von fünf Werktagen nach entsprechender Information widerspricht, gilt dies als Einverständnis.
2. Sofern der Grund für erhebliche (Druck-)Mängel bei CTS liegt, leistet diese Ersatz in Form einer Ersatzschaltung oder, wenn der Zweck der Anzeige dadurch nicht mehr erfüllt werden kann, durch Gewährung eines angemessenen Preisnachlasses. Für Fehler, die den Sinn des Inserates oder der Werbeschaltung nicht wesentlich beeinträchtigen, wird kein Ersatz geleistet.

MEDIA SALES

3. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt hat CTS in Bezug auf Printmedien Anspruch auf volle Bezahlung, wenn zumindest 75% der Auflage ausgeliefert sind.

§ 11 Haftung

1. Der Kunde verpflichtet sich, keine Schadensersatzansprüche gegenüber CTS unabhängig von der Art der Pflichtverletzung, einschließlich unerlaubter Handlung, soweit nicht vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln vorliegt, geltend zu machen. Ansprüche auf entgangenen Gewinn, ersparte Aufwendungen, aus Schadensersatzansprüchen Dritter sowie auf sonstige mittelbare Folgeschäden können nicht verlangt werden.
2. Bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet CTS für jede Fahrlässigkeit bis zur Höhe des vorhersehbaren Schadens, höchstens jedoch bis zur Höhe des Preises des Werbemittels.
3. Gegenüber Unternehmern ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren und vom Kunden nicht beherrschbaren Schaden begrenzt.

§ 12 Preisliste

1. Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung online von CTS veröffentlichte Preisliste (<https://www.oeticketbusiness.com/services>). Eine Abweichung von veröffentlichten Tarifen im Einzelfall bleibt vorbehalten, richtet sich jedoch stets nach dem Kriterium der Marktüblichkeit. Für von CTS bereits bestätigte Aufträge sind Preisänderungen nur wirksam, wenn sie von CTS mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden.
2. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Kunden ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung schriftlich ausgeübt werden.
3. 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 CTS zu halten.

§ 13 Zahlungsverzug

1. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und eventuell Kosten für die Eintreibung von Ausständen verrechnet. CTS behält sich das Recht vor, bei Zahlungsverzug jegliche weitere Ausführung eines anderen (Folge-)Auftrags des Kunden bis zur Zahlung auszusetzen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.
2. Objektive begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Kunden berechtigen CTS, auch während der Laufzeit des Vertrages das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

§ 14 Stornierung bzw. Kündigung

1. Stornierungen bzw. Kündigungen von Werbeleistungen müssen schriftlich per E-Mail an mediasales@oeticket.com erfolgen. Eine Stornierung bzw. Kündigung gilt erst dann als wirksam, wenn sie durch CTS schriftlich bestätigt wurde. Die Fristberechnung richtet sich nach dem Zeitpunkt des Einlangens der Kündigung bei CTS.
2. Eine Stornierung bzw. Kündigung ist bis spätestens **10 Werktagen vor dem geplanten Kampagnenstart** ohne Bezahlung einer Stornogebühr möglich (siehe jedoch eventuelle Kosten gemäß Punkt 3). Bei späteren Stornierungen bzw. Kündigungen gelten folgende Bedingungen:
 - **9 bis 5 Werktage** vor Kampagnenstart: Verrechnung einer Stornogebühr in Höhe von **25 % des gesamten** Auftragswertes (die Berechnung erfolgt ohne Berücksichtigung einer eventuellen Werbeabgabe), da in diesem Zeitraum bereits mediale Setups, operative Vorbereitungen und personelle Ressourcenbindungen erfolgt sind.
 - **Ab 4 Werktagen** vor Kampagnenstart: Verrechnung des **vollen Auftragswertes**, da eine kurzfristige Umplanung oder anderweitige Verwertung der Medialeistung nicht mehr möglich ist.

Sollte eine Veranstaltung gänzlich entfallen, aus Gründen, die außerhalb der Einflussphäre des Kunden liegen, wird keine Stornogebühr verrechnet (Stornierungen bzw. Kündigungen wegen Verschiebungen fallen jedoch nicht unter vorgenannte Ausnahme).

Die Stornogebühr wird gutgeschrieben, wenn der Werbeauftrag (Verfügbarkeit vorausgesetzt) im selben Umfang, zu den vereinbarten Konditionen, im selben Medium, im selben Kalenderjahr des Einlangens der Kündigung, durchgeführt wird.

3. Zusätzlich zu den unter Punkt 2 genannten Stornogebühren werden sämtliche bis zum Zeitpunkt des Einlangens der Stornierung bereits erbrachten Leistungen (z.B. Erstellung oder Adaption von Werbemitteln wie Banner, Newsletter-Grafiken, Textinhalte, Landingpages) separat in Rechnung gestellt, sofern diese nicht wiederverwendbar sind. Diese Verpflichtung besteht auch im Falle einer kostenfreien Stornierung oder eines Kampagnenentfalls außerhalb der Einflussphäre des Kunden.

MEDIA SALES

4. Das Recht zu einer außerordentlichen Kündigung bleibt beiden Parteien vorbehalten. CTS ist zur schriftlichen außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Kunde seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, der Kunde trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt oder der Kunde das Angebot von CTS zu rechtswidrigen oder belästigenden Zwecken gegenüber Dritten einsetzt.
5. Im Falle einer außerordentlichen Kündigung kann CTS die Schaltung des oder der Werbemittel mit sofortiger Wirkung aussetzen.
6. Im Falle einer Stornierung bzw. Kündigung durch Agenturen oder sonstige Vermittler ist sicherzustellen, dass der Endkunde über die geltenden Stornobedingungen informiert wurde und diese akzeptiert hat.

§ 15 Schlussbestimmungen

1. Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Von diesem Schriftformerfordernis kann nur durch schriftliche Vereinbarung abgewichen werden. Mündliche Nebenabreden zu diesem Vertrag bestehen nicht.
2. Alle Streitigkeiten oder Ansprüche, die sich aus oder im Zusammenhang mit diesen AGB ergeben, unterliegen österreichischem Recht unter Ausschluss der Regeln des Internationalen Privatrechts sowie des UN Kaufrechts. Ferner gilt die ausschließliche örtliche Zuständigkeit des sachlich in Betracht kommenden Gerichtes in Wien für beide Vertragsparteien als Gerichtsstand vereinbart.

MEDIA SALES

3. Für den Fall, dass eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein sollten oder werden, wird die Gültigkeit und Durchsetzbarkeit der übrigen Bestimmungen dieser AGB dadurch nicht berührt. Gleiches gilt für den Fall, dass die AGB Lücken enthalten. Eine unwirksame bzw. fehlende Bestimmung ist durch eine solche zu ersetzen, die, soweit rechtlich zulässig, dem tatsächlichen oder mutmaßlichen Willen der Parteien am nächsten kommt, sofern sie diese berücksichtigt hätten.