

Rahmenvertrag

für Publisher und Kunden

bei Beauftragung von Werbemittelveröffentlichung
durch Tag-in-Tag Schaltungen

abgeschlossen zwischen

Russmedia Digital GmbH
Gutenbergstrasse 1
6858 Schwarzach
Österreich

im Folgenden auch „Medienunternehmen“ genannt

und

im Folgenden auch "Auftraggeberin" genannt,

das Medienunternehmen und die Auftraggeberin im Folgenden auch gemeinsam sowie einzeln als „Parteien“ bzw. „Partei“ bezeichnet,

wie folgt

Präambel

- A. Das Medienunternehmen ist eine nach österreichischem Recht gegründete GmbH mit Sitz in Schwarzach und der Geschäftsanschrift Russmedia Digital GmbH, Gutenbergstraße 1, 6858 Schwarzach, eingetragen im Firmenbuch beim Handelsgericht Feldkirch zu FN 240260 z. Das Medienunternehmen vermarktet Online-Werbeflächen in den in **Anlage A** ersichtlichen Angeboten.
- B. Die Agentur ist eine nach _____ Recht gegründete _____ mit Sitz in _____ und der Geschäftsanschrift _____, eingetragen im Firmenbuch beim _____ zu _____.
- C. Die Auftraggeberin will durch diese Vereinbarung vom Medienunternehmen Online-Werbeflächen _____ Online-Werbeflächen erwerben, auf welchen sie durch Tag-in-Tag-Schaltung eigene Werbemittel auszuspielen beabsichtigt.

VOR DIESEM HINTERGRUND VEREINBAREN DIE PARTEIEN FOLGENDE RAHMENBEDINGUNGEN,
DIE FÜR IHRE ZUSAMMENARBEIT GELTEN SOLLEN:

1. Definitionen

- 1.1. „**Ad Impression**“ bezeichnet einen Auslieferungsvorgang betreffend ein Werbemittel durch Aufruf auf einem AdServer;
- 1.2. „**Click**“ bezeichnet eine Interaktion eines Users mit der Mouse bzw. das Tracking der Interaktion am Adserver;
- 1.3. „**datenschutz- oder telekommunikationsrechtliche Bestimmungen**“ bezeichnet insbesondere die Datenschutz-Grundverordnung (Verordnung (EU) 2016/679), das Datenschutz-Anpassungsgesetz 2018, BGBl. I Nr. 120/2017, § 151 Gewerbeordnung 1994, §§ 96 und 107 Telekommunikationsgesetz sowie, unter der Voraussetzung ihres Inkrafttretens, die geplante Verordnung über die Achtung des Privatlebens und den Schutz personenbezogener Daten in der elektronischen Kommunikation und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/58/EG (Verordnung über Privatsphäre und elektronische Kommunikation) in der jeweils geltenden Fassung.
- 1.4. „**iframe**“ bezeichnet ein HTML-Element, das benutzt wird, um andere Webinhalte als selbstständige Dokumente in einem definierten Bereich des Browsers anzuzeigen
- 1.5. „**Mindestsichtbarkeitsquote**“ bezeichnet den Anteil aller sichtbaren Ad Impressions an den insgesamt gelieferten Ad Impressions pro Online-Kampagne.
- 1.6. „**Mouse Over Clicks Script**“ bezeichnet ein Script, das zu einem automatischen vom User nicht beeinflussbaren Mausklick führt.
- 1.7. „**Pre-Roll**“ bezeichnet einen audiovisuellen Werbespot, welcher mit einem Video- oder Audio-Stream derart verbunden ist, dass zunächst für eine zeitlich limitierte Spanne der Werbespot angezeigt wird, bevor der vom Nutzer aufgerufene Video- oder Audio-Stream beginnt oder gestartet werden kann.
- 1.8. „**Sichtbar**“ ist ein Werbemittel, wenn bei Aufrufen der Seite zumindest [60%] seiner Fläche für zumindest [1] Sekunden im Browserfenster zu sehen ist und es jedenfalls erst nach frühestens [30] Sekunden durch ein anderes Werbemittel ersetzt wird.
- 1.9. „**Tarifdaten**“ bezeichnet die offiziellen Preisdaten des Medienunternehmens.
- 1.10. „**Werbemittel**“ bezeichnet jede zur Veröffentlichung und Verbreitung in digitalen Angeboten gestaltete Form von Werbebotschaften.
- 1.11. „**Werktag**“ bezeichnet Montag, Dienstag, Mittwoch, Donnerstag und Freitag, ausgenommen gesetzliche Feiertage im Sinne des § 7 Abs. 2 Arbeitsruhegesetz.

2. Preise

Preise, Rabatte und Rabattkonditionen sowie Fälligkeit und Zahlungsdetails sind in **Anlage C** zu diesem Vertrag geregelt.

3. Sichtbarkeit

- 3.1. Das Medienunternehmen sichert im Rahmen einer Online-Kampagne eine Mindestquote sichtbarer Werbemittel zu. Diese wird im Rahmen eines Jahresgesprächs festgelegt.
- 3.2. Wird im Rahmen des Jahresgesprächs keine abweichende Vereinbarung getroffen, gilt folgende branchenübliche Regelung: [80]% der Werbemittel müssen sichtbar (vgl. 1.8) sein.
- 3.3. Sollte sich in Österreich ein anderer Marktstandard betreffend Sichtbarkeit durchsetzen werden die Parteien Gespräche über eine Änderung des Punktes 3.2 (und ggf. des Punktes 1.8) zur Angleichung an diesen Standard führen.

4. Auslieferung

- 4.1 Sofern nicht andere Auslieferungsmodi vereinbart wurden, sind die gebuchten Ad Impressions gleichmäßig über den Kampagnenzeitraum zu verteilen. Bei Wellenbuchungen ist der vereinbarte Streuplan zu beachten.
- 4.2 Eine Kampagne muss spätestens drei Werktage nach der Bestellung implementiert sein.
- 4.3 Ein Frequency Cap gilt immer für die gesamte Laufzeit der Buchungszeile, solange nicht davon abweichend definiert.

5. Zustimmungspflichtige Maßnahmen

- 5.1 Jegliche Maßnahme der Auftraggeberin, welche nach datenschutz- oder telekommunikationsrechtlichen Bestimmungen oder sonstigen gesetzlichen Bestimmungen der Einwilligung eines Empfängers einer Ad Impression bzw. eines sonstigen Werbekontakts bedarf, insbesondere jegliche nach datenschutz- oder telekommunikationsrechtlichen Bestimmungen zustimmungspflichtige Speicherung von Information in Endgeräten sowie Erhebung von Information aus Endgeräten, ist zu unterlassen, soweit nicht in diesem Vertrag ausdrücklich Abweichendes vereinbart oder eine gesonderte schriftliche Genehmigung des Medienunternehmens erteilt wurde. Dies gilt insbesondere für nach datenschutz- oder telekommunikationsrechtlichen Bestimmungen oder sonstigen gesetzlichen Bestimmungen die Einwilligung eines Nutzers erfordernde Maßnahmen zur Herstellung individualisierter Ad Impressions oder sonstiger individualisierter Werbekontakte.
- 5.2 Sollte das Medienunternehmen wegen Maßnahmen der Auftraggeberin oder wegen im Auftrag der Auftraggeberin vom Medienunternehmen vorgenommenen Maßnahmen im Sinne des Punktes 5.1 aus welchem Rechtsgrund auch immer von Dritten in Anspruch genommen oder behördlich oder gerichtlich belangt werden, hält die Auftraggeberin das Medienunternehmen vollständig schad- und klaglos. Dies gilt auch für gemäß Punkt 5.1. zulässige Maßnahmen im Sinne des Punktes 5.1.
- 5.3 Stellt das Medienunternehmen der Auftraggeberin Kontaktdaten für Direct Mailing-Kampagnen (Direktwerbe-Kampagnen oder Massen-Mailings, z.B per Newsletter, SMS, MMS, u.a.) oder sonstige Maßnahmen im Sinne des Punktes 5.1 zur Verfügung, verpflichtet sich die Auftraggeberin diese nur im Rahmen bestehender Consents und unter Berücksichtigung ausgeübter Widerrufe und Widersprüche, insbesondere unter Berücksichtigung der Robinsonlisten gemäß ECG und GewO, zu nutzen. Das Medienunternehmen wird über das Bestehen oder Nichtbestehen von Consents bestmöglich Auskunft geben, leistet aber nicht Gewähr und haftet nicht dafür, dass ein Consent im Zeitpunkt der Nutzung durch oder für die Auftraggeberin aufrecht ist. Die Verpflichtung der Auftraggeberin gemäß Punkt 5.2 bleibt hiervon unberührt.
- 5.4 Sobald ein anerkannter technischer Standard für die DSGVO-konforme wirksame Einholung datenschutzrechtlicher Einwilligungserklärungen in Online-Diensten besteht und beim Medienunternehmen implementiert ist, wird das Medienunternehmen bei auf Basis eines solchen Mechanismus eingeholten Einwilligungserklärungen („Premium Consents“) Gewähr für das aufrechte Bestehen von gemäß datenschutz- und telekommunikationsrechtlichen Bestimmungen erteilten Einwilligungen leisten. Klarstellend wird festgehalten, dass auch in diesem Fall Gewährleistung und Haftung darauf beschränkt sind, dass erteilte Einwilligungen von Nutzern unter Beachtung der Formalerfordernisse der datenschutz- oder telekommunikationsrechtlichen Bestimmungen auf Basis der von der Auftraggeberin bereitgestellten Informationen und Belehrungen eingeholt werden; die Verpflichtung der Auftraggeberin gemäß Punkt 5.2 bleibt hiervon insofern unberührt als bereitgestellte Informationen und Belehrungen die Anforderungen der datenschutz- und telekommunikationsrechtlichen Bestimmungen nicht erfüllen.
- 5.5 Die Auftraggeberin hat dem Medienunternehmen schriftlich mitzuteilen, wenn zum Zwecke der Individualisierung von Ad Impressions personenbezogene Daten verarbeitet werden.

- 5.6 Klarstellend wird festgehalten: Soweit die Auftraggeberin Werbemittel für Ad-Impression-Kampagnen an das Medienunternehmen ausliefert, gewährleistet die Auftraggeberin und haftet dafür, dass diese keine oder gegebenenfalls nur die zwischen der Auftraggeberin und dem Medienunternehmen gemäß Punkt 5.1 schriftlich definierten Technologien, die für einen Empfänger einer Ad-Impression anwendbar werden, beinhalten. Wurde die Zulässigkeit der Auslieferung von Werbemitteln mit bestimmten Technologien ausdrücklich als zulässig vereinbart (Punkt 5.1), gewährleistet die Auftraggeberin und haftet dafür, dass die Auftraggeberin alle Informationen bereitstellt, die für die Erfüllung der Informationspflichten und der Betroffenenrechte nach den datenschutz- und telekommunikationsrechtlichen Bestimmungen durch das Medienunternehmen erforderlich oder zweckdienlich sind. Die Verpflichtung der Auftraggeberin gemäß Punkt 5.2 bleibt hiervon unberührt.

6. Zählung von Ad Impressions

- 6.1 Bei der Zählung von Ad Impressions sind nur Ad Impressions durch ein Endgerät eines Nutzers in Österreich zu berücksichtigen.
- 6.2 Die Messung der Ad Impressions erfolgt durch den Adserver des Medienunternehmens. Die Auftraggeberin ist berechtigt, eine Kontrollmessung auf Basis eines Zählpixels vorzunehmen. Abweichungen zwischen der Messung durch den Adserver des Medienunternehmens und der Kontrollmessungen bis zu [10]% gelten als nicht erheblich bleiben unberücksichtigt. Bei darüberhinausgehenden Abweichungen nehmen Medienunternehmen und Auftraggeberin gemeinsam eine Analyse der Gründe für die Abweichung vor und entscheiden einvernehmlich über Maßnahmen zur Korrektur der Abweichung.
- 6.3 Zur Sicherung der Validität der Zählung wird das Medienunternehmen mit angemessenem Aufwand Schwankungen in den Klickzahlen oder verdächtige Klickmuster analysieren, um Mouse Over Clicks Scripts zu identifizieren, welche Manipulationen der Validität der Messungen gemäß Punkt 6. bewirken. Die Parteien stimmen überein, dass sich Manipulationen durch Klickbetrug nicht vollständig verhindern lassen und daher hinzunehmen sind, wenn nicht Schwankungen in den Klickzahlen und/oder verdächtige Klickmuster auf erhebliche Verfälschung der Zählung hindeuten. Als erheblich gilt eine Verfälschung der Zählung um mehr als [10]%.

7. Beschaffenheit der Werbemittel

- 7.1 Die Tags werden von der Auftraggeberin bereitgestellt und vom Medienunternehmen gemäß der Anleitung der Auftraggeberin integriert. Die Bereitstellung von Tags hat, soweit nichts anderes vereinbart ist mindestens fünf Werktage vor Auslieferungsstart zu erfolgen.
- 7.2 Die Auftraggeberin garantiert (§ 880a 2. Halbsatz ABGB) unter Übernahme der Verpflichtung zur vollständigen Schad- und Klagloshaltung des Medienunternehmens, dass über Tag-in-Tagschaltungen ausgelieferte Werbemittel frei von Malware und Viren sind, allen anwendbaren gesetzlichen Bestimmungen entsprechen und keine Rechte Dritter verletzen und insbesondere folgenden Kriterien entsprechen:

(a) Inhalte:

- i. keine Verletzung von geistigen Eigentumsrechten, Persönlichkeitsrechten oder gewerblichen Schutzrechten Dritter;
- ii. keine strafrechtswidrigen Inhalte;
- iii. keine Inhalte, die gegen gesetzliche Werbebeschränkungen, Werbeverbote, Informations- oder Kennzeichnungspflichten verstoßen, insbesondere gemäß Arzneimittelgesetz, Energieausweisvorlagegesetz, Gleichbehandlungsgesetz, Glücksspielgesetz, Mediengesetz, MedKF-TG, Tabakgesetz sowie berufsrechtlichen Werbebeschränkungen;
- iv. keine Verletzung gesetzlicher Bestimmungen zum Schutz Minderjähriger;

- v. keine Inhalte im Sinne des Punktes 8.2 (unabhängig davon, ob solche Inhalte Hauptzweck oder –wirkungsweise des Werbemittels sind);
- vi. keine den Ethikkodex der österreichischen Werbewirtschaft verletzenden Inhalte.

(b) Code: Werbemittel enthalten keinen eingebundenen Code, welcher nicht ausschließlich dem Funktionieren der Tag-in-Tag Schaltung dient und hierfür zwingend erforderlich ist; insbesondere keinen Code, welcher die Server, Netzwerke oder Endgeräte des Medienunternehmens und/oder der Nutzer der Angebote des Medienunternehmens beschädigt oder beeinträchtigt. Code für die Funktion der Kontrollzählung ist zulässig, es gelten die Bedingungen und Beschränkungen des Punktes 5.

7.3 Vor Kampagnenstart werden die Tags durch das Medienunternehmen auf deren Funktionstüchtigkeit kontrolliert (Impression, Click); werden Beeinträchtigungen der Funktionstüchtigkeit identifiziert, informiert das Medienunternehmen die Auftraggeberin. Aus einer Verzögerung des Kampagnenstarts können keine Ansprüche der Auftraggeberin gegen das Medienunternehmen abgeleitet werden, wenn diese ihre Ursache im Verzug der Auftraggeberin bei der Korrektur einer von ihr zu vertretenden Funktionsuntüchtigkeit hat.

8. Umfeld der Werbemittel

8.1 **Anlage A** enthält die Liste der Domains, auf welchen Werbemittel der Auftraggeberin ausgeliefert werden. Diese Liste wird laufend aktualisiert.

8.2 Das Medienunternehmen verpflichtet sich keine Ad Impressions auf Websites auszuliefern, deren Hauptzweck und -wirkungsweise offensichtlich den auf dem Gebiet der Bundesrepublik Österreich geltenden Gesetzen widerspricht. Werbeträger, deren Hauptzweck und -wirkungsweise offensichtlich den auf dem Gebiet der Bundesrepublik Österreich geltenden einschlägigen Gesetzen widerspricht, sind insbesondere Werbeträger mit folgendem offenkundigem Hauptzweck und/oder folgender offenkundiger Hauptwirkungsweise:

- (a) Verletzung von datenschutz- und telekommunikationsrechtlichen Bestimmungen;
- (b) Verletzung von Bestimmungen zum Schutz von Persönlichkeitsrechten;
- (c) Verletzung von Bestimmungen zum Schutz des geistigen Eigentums, insbesondere nach Urheberrechtsgesetz, Markenschutzgesetz und Gemeinschaftsmarkenverordnung, Patentgesetz, Gebrauchsmustergesetz, Musterschutzgesetz;
- (d) Verstoß gegen das (NS-)Verbotsgesetz 1947;
- (e) Verletzung der Bestimmungen des Strafgesetzbuches, insbesondere über strafbare Handlungen gegen den öffentlichen Frieden (insbesondere Verbreitung von terroristischen und/oder verhetzenden Inhalten);
- (f) Verstoß gegen das Pornographiegesetz und/oder gegen die Bestimmungen des Strafgesetzbuches über strafbare Handlungen gegen die sexuelle Integrität und Selbstbestimmung;
- (g) Verstoß gegen das Kriegsmaterialiengesetz und/oder das Waffengesetz;
- (h) Verstoß gegen das Suchtmittelgesetz.

8.3 Das Medienunternehmen vermeidet weiters ungeachtet ihrer allenfalls gegebenen rechtlichen Zulässigkeit Umfelder mit folgendem offenkundigem Hauptzweck und/oder folgender offenkundiger Hauptwirkungsweise, wobei Berichterstattung über solche Inhalte hierbei nicht zu berücksichtigen ist:

- (a) Gewaltverherrlichende Inhalte;
- (b) Sexuelle Inhalte;
- (c) Parteipolitische Inhalte;
- (d) Rassistische, diskriminierende oder pietätlose Inhalte, sowie Einzelpersonen, Gruppen oder Organisationen verunglimpfende Inhalte;
- (e) übermäßig vulgäre Inhalte;
- (f) Hacking- und crackingbezogene Inhalte;
- (g) Inhalte zu Glücksspielen oder Spielkasinos;
- (h) Inhalte zu illegalen Drogen und Drogenzubehör;
- (i) Inhalte zum Verkauf von Bier oder Spirituosen;

- (j) Inhalte zum Verkauf von Tabak und Tabakwaren;
- (k) Inhalte zum Verkauf von Waffen oder Munition, z.B. Schusswaffen, Waffenzubehör, Kampfmesser, Elektroschockpistolen;
- (l) Inhalte zum Verkauf von Replikat- oder Imitat-Produkten von Markenprodukten oder anderen Produkten;
- (m) Inhalte zum Verkauf oder zur Verbreitung von Hausarbeiten und anderen studentischen Arbeiten;
- (n) Inhalte mit Bezug auf Programme, die Nutzer für das Klicken auf Anzeigen oder Angebote, für das Ausführen von Suchen, für das Besuchen von Websites oder für das Lesen von E-Mails honorieren.

9. Pre-Roll

Videos, bei denen eine Pre-Roll ausgespielt wird, dürfen soweit nicht Abweichendes vereinbart ist, nicht automatisch mit Aufruf einer Seite starten (Autoplay). Videos müssen bewusst vom User angeklickt und gestartet werden. Der User entscheidet sich also für den Inhalt.

10. Screenshots

Innerhalb eines Werktags nach Start der Kampagne übermittelt das Medienunternehmen der Auftraggeberin einen Screenshot als „Belegexemplar“ zur Dokumentation des Kampagnenstarts.

11. Rechnungslegung

Die durch das Medienunternehmen in Rechnung anzuführenden Informationen sind in **Anlage D** aufgeführt. Ist nichts anderes vereinbart, so erfolgt die Abrechnung monatlich.

12. Vertraulichkeit, Geheimhaltung

- 12.1 Jede Partei verpflichtet sich zur Geheimhaltung aller ihr zur Kenntnis gelangenden vertraulichen Informationen und Daten der anderen Partei, sofern sie nicht von der anderen Partei schriftlich von dieser Verpflichtung entbunden wurde. Unter vertraulichen Informationen und Daten sind alle Informationen bzw. Daten aus der Sphäre der anderen Partei (betreffend diese oder betreffend Dritte) zu verstehen, die einer Partei während und gegebenenfalls nach der Vertragsbeziehung im Zusammenhang mit dem Leistungsgegenstand und der Leistungsabwicklung zugänglich oder bekannt gemacht wurden. Jede Partei hat solche Informationen und Daten vor Verbreitung und Veröffentlichung zu schützen, nur für Zwecke der Leistungserbringung für die andere Partei einzusetzen, ihren Arbeitnehmern, Beratern oder Vertretern nur insoweit zugänglich zu machen, als dies notwendig ist und die Erfüllung deren Geheimhaltungspflicht sicherzustellen und nach Aufforderung durch die andere Partei unverzüglich sämtliche vertraulichen Informationen und Daten inklusive Kopien zu vernichten, zur Abholung bereitzustellen und den zukünftigen Gebrauch zu unterlassen.
- 12.2 Diese Verpflichtungen gilt zeitlich unbeschränkt, soweit die vertraulichen Informationen und Daten nicht aufgrund von geltenden Gesetzen oder gerichtlichen oder verwaltungsbehördlichen Anordnungen veröffentlicht werden müssen, oder der Öffentlichkeit oder dritten Personen allgemein zugänglich sind, ohne dass eine Verletzung der Geheimhaltungspflicht vorliegt, oder aufgrund von schriftlicher Bestätigung von der anderen Partei zur Veröffentlichung freigegeben wurde.

13. Inkrafttreten und Vertragsdauer

Der Vertrag tritt mit [Datum] in Kraft und wird auf unbestimmte Zeit abgeschlossen. Er ist schriftlich kündbar und zwar unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von [6] Monaten jeweils zum Ende jedes [Kalenderjahres].

14. Schlussbestimmungen

- 14.1 Sollte eine Bestimmung dieses Vertrags ganz oder teilweise rechtsunwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so berührt dies nicht die Rechtswirksamkeit aller anderen Bestimmungen. Die Parteien werden die rechtsunwirksame oder undurchführbare Bestimmung durch eine wirksame und durchführbare Bestimmung ersetzen, die dem Inhalt und Zweck der rechtsunwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung möglichst nahe kommt.
- 14.2 Erfüllungsort ist der Sitz des Medienunternehmens.
- 14.3 Der Vertrag unterliegt österreichischem Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen und des UN-Kaufrechts. Ausschließlicher Gerichtsstand ist am Sitz des Medienunternehmens.
- 14.4 Die Bestimmungen dieses Vertrags und seiner Anlagen gehen den Anzeigenbedingungen des Medienunternehmens, deren subsidiäre Anwendbarkeit vereinbart wird, vor. Hiervon abgesehen bedürfen Ergänzungen dieses Vertrages ebenso wie Änderungen der Schriftform. Dies gilt auch für die Änderung des Schriftformerfordernisses.
- 14.5 Durch diesen Vertrag werden alle früheren Vereinbarungen betreffend den Vertragsgegenstand aufgehoben.

Die folgenden Anlagen bilden einen integrierenden Bestandteil des Vertrags:

- Anlage A** Liste der Auslieferungs-Domains
Anlage B Consent-Management Plattform des Medienunternehmens
Anlage C Preise und Zahlungskonditionen
Anlage D Pflichtinformationen in Rechnungen

Ort: Schwarzach

Ort: _____

Datum: _____

Datum: _____

Unterschrift 
Medienunternehmen

Unterschrift _____
Auftraggeberin

Anlage A
Liste der Auslieferungs-Domains

Domain	Kurzbeschreibung Angebot
www.vol.at	
Bludenz.com	
Bregenz.com	
Feldkrich.com	
Dornbirn.com	
Ländleauto.at	
Ländleimmo.at	
Ländlejob.at	
Antennevorarlberg.at	

Anlage B
Consent-Management Plattform des Medienunternehmens

Laut Datenschutzrichtlinien <https://www.vol.at/features/vol-agb-01-18>

Anlage C und D
Preise und Zahlungskonditionen sowie Pflichtinformationen in Rechnungen

laut Homepage bzw. Auftragsbestätigung