

Süddeutsche Zeitung

Allgemeine Geschäftsbedingungen

28.06.2025

für die Nutzung von SZ.de

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) gelten ausschließlich für die Geschäftsbeziehung zwischen der Süddeutsche Zeitung GmbH („Verlag“) und dem Kunden („Nutzer“) betreffend die Nutzung der frei verfügbaren digitalen Angebote des Verlages.

Inhaltsverzeichnis

Spezielle Bedingungen

- Vertragsschluss
- Kündigung

- Datenschutz

Allgemeine Bedingungen

- Vertragspartner
- Definitionen
- Widerrufsrecht für Verbraucher
- Haftung
- Änderungen dieser AGB
- Schlussbestimmungen
- Urheberrechte

Spezielle Bedingungen

Vertragsschluss

Durch Betätigen der Schaltfläche „Ich bin einverstanden“ kommt zwischen dem Nutzer und dem Verlag der Vertrag mit Werbung zustande.

Der Verlag stellt dem Nutzer journalistische Inhalte zusammen mit personalisierter Werbung, Werbetacking, Nutzungsanalyse und externen Multimedia-Inhalten bereit. Er ermöglicht dem Nutzer hierfür die Nutzung der frei verfügbaren Inhalte von SZ.de (und soweit dieser keinen Zugriff auf SZ Plus-Artikel nehmen will).

Dafür stellt der Nutzer bestimmte auch personenbezogene Daten bereit und erlauben deren Verarbeitung (Informationen wie Cookies, Geräte-Kennung, IP-Adresse etc.) zu folgenden Zwecken:

- Nutzungsanalyse und Produktoptimierung
- SZ-Personalisierung und Marketing
- Werbung durch Dritte (IAB)

Wenn der Nutzer SZ.de auf verschiedenen Geräten nutzen möchte, muss er für jedes Gerät einen Vertrag mit Werbung abschließen. Auch für einen Widerspruch gegen die Datenverarbeitungen und für die Kündigung ist es erforderlich, dass diese mit jedem Gerät vorgenommen werden. Es ist dem

Verlag nicht möglich, Nutzer geräteübergreifend zu identifizieren, so dass der Verlag dem Nutzer weder die Vertragsschlüsse noch deren Beendigung anhand der vom Nutzer verwendeten Geräte zuordnen kann.

Kündigung

(1) Der Vertrag mit Werbung kann jederzeit mit sofortiger Wirkung gekündigt werden. Durch Auswahl des Links "Vertrag mit Werbung kündigen" im Footer von www.sz.de öffnet sich eine Bestätigungsseite, auf der der Vertrag mit Werbung gekündigt werden kann. Dies hat die sofortige Beendigung des Vertrages mit Werbung zur Folge. Mit der Kündigung entfällt die Nutzung von SZ.de.

Wenn der Datenverarbeitung widersprochen wird - dies ist im Footer von www.sz.de unter "Vertrag mit Werbung" über den Link "Widerspruch" möglich oder unter Einstellungen in der Nachrichtenapp über den Link "Vertrag mit Werbung widersprechen" -, kündigt der Verlag fristlos den Vertrag mit Werbung, da ihm aufgrund der weggefallenen Werbemöglichkeiten die Fortsetzung wirtschaftlich nicht zumutbar ist. Mit der Kündigung entfällt die Nutzung von SZ.de.

Der Einsatz von Programmen, die dafür sorgen, dass auf Webseiten enthaltene Werbung dem Betrachter nicht dargestellt wird (sog. Werbe-/adblocker oder Werbefilter), verstößt nach Abschluss des Vertrages mit Werbung gegen diese Vertragsbedingungen und berechtigt den Verlag zur fristlosen Kündigung.

Nutzer können jederzeit die [SZ Plus-Abos](#) bestellen oder erneut einen Vertrag mit Werbung abschließen.

Datenschutz

Der Verlag verarbeitet die für den Vertrag mit Werbung bereitgestellten Daten des Nutzers aufgrund von Art.6 Abs.1 S.1 lit.b) DSGVO zur Vertragserfüllung wie in [diesen Datenschutzhinweisen](#) dargestellt. Der Nutzer kann für diese Datenverarbeitung jederzeit datenschutzrechtliche Erklärungen (Widerspruch) gemäß § 327q Abs.1 BGB im Footer von www.sz.de abgeben.

Allgemeine Bedingungen

Vertragspartner

Vertragspartner ist die

Süddeutsche Zeitung GmbH
Hultschiner Straße 8
81677 München

Registergericht: AG München, HRB 73315
USt.-Ident-Nummer: DE 811158310

Geschäftsführung

Dr. Christian Wegner (Vors.), Johannes Hauner, Dr. Karl Ulrich

Telefon: +49 89 2183-0

E-Mail-Allgemein: kontakt@sz.de

E-Mail-Verbraucher-Widerrufsrecht: widerrufsrecht@sz.de

E-Mail-Datenschutz: datenschutz@sz.de

Definitionen

Kunde

Kunde ist die Person oder das Unternehmen/die Einrichtung, mit der/dem infolge der Bestellung oder Registrierung der Vertrag zustande kommt, unabhängig davon, ob der Kunde selbst den Bestellvorgang durchläuft oder ein Vertreter (z.B. Mitarbeiter) für den Kunden handelt.

Verbraucher

Verbraucher im Sinne dieser AGB ist eine natürliche Person, wenn der Zweck des abgeschlossenen Vertrages überwiegend weder einer gewerblichen oder einer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden kann (§ 13 BGB).

Unternehmer

Unternehmer ist jede natürliche oder juristische Person oder rechtsfähige Personengesellschaft, die beim Abschluss des Vertrags in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt.

Nutzer

Nutzer im Sinne dieser AGB ist die natürliche Person, die das Print- und/oder Digitalangebot des Verlags selbst als Kunde in Anspruch nimmt oder von einem Kunden zur Nutzung autorisiert ist.

Widerrufsrecht für Verbraucher

Ist der Kunde Verbraucher, hat er das folgende gesetzliche **Widerrufsrecht**.

Widerrufsbelehrung

Sie haben das Recht, ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen. Die Widerrufsfrist beträgt 14 Tage. Sie beginnt ab dem Tag des Vertragsschlusses.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns mittels einer eindeutigen Erklärung über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie Ihre Willenserklärung zum Abschluss des Vertrages mit Werbung fristgerecht widerrufen haben, sind Sie und wir nicht mehr an unsere auf den Abschluss des Vertrags gerichteten Willenserklärungen gebunden und Sie können SZ.de nicht mehr nutzen.

Haftung

(1) Der Verlag haftet nur

- für von ihm vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden,
- für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit,
- wenn und soweit dies nach dem Produkthaftungsgesetz zwingend vorgesehen ist sowie
- für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut (Kardinalpflichten).

Im Übrigen sind Schadenersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen.

(2) Die Schadenersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt.

(3) Schadensersatzansprüche von Kaufleuten gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf (12) Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

(4) Soweit die Haftung des Verlags nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

Änderungen dieser AGB

Der Verlag kann, wenn eine Änderung der Marktlage, der gesetzlichen Bedingungen oder der höchstrichterlichen Rechtsprechung erfolgt, die vorliegenden AGB jederzeit mit Wirkung für die Zukunft und ohne Angabe von Gründen ändern, wenn der Kunde dadurch nicht unzumutbar belastet wird.

Schlussbestimmungen

(1) Diese AGB und die gesamten Rechtsbeziehungen der Parteien unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

(2) Soweit gesetzlich zulässig, wird als Erfüllungsort und ausschließlichen - auch internationalen - Gerichtsstand München vereinbart.

(3) Vereinbarungen, die von diesen AGB abweichen, bedürfen der Schriftform. Das gilt auch für Änderungen dieses Schriftformerfordernisses.

(4) Sollte ein Teil dieser AGB nichtig oder anfechtbar sein, so wird die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen davon nicht berührt. Anstelle des rechtsunwirksamen Teils gilt sodann als vereinbart, was dem in dieser Weise am nächsten kommt und/oder was die Parteien vereinbart hätten, wenn sie die Unwirksamkeit gekannt hätten. Entsprechendes gilt auch für den Fall, dass die Bestimmung eine Lücke aufweisen sollte.

Urheberrechte

(1) Die Nutzung unserer Publikationen, insbesondere der journalistischen Inhalte, ist ausschließlich zu eigenen, nicht kommerziellen Zwecken zulässig, soweit der Nutzer bei der Registrierung nicht das Recht zur kommerziellen Nutzung am Einzelplatz beantragt hat. Eine Weitergabe der Inhalte an Dritte ist untersagt, unabhängig von Zweck und Art der Weitergabe. Darüber hinaus gehende Nutzungen sind ohne ausdrückliches Einverständnis des Verlages untersagt, und zwar unabhängig von einem möglichen Schutz dieser Inhalte nach dem UrhG und unabhängig von der Reichweite eines solchen gesetzlichen Schutzes. Unzulässig ist es insb. unsere Publikationen, ganz oder teilweise zu dem Zweck der Herstellung, Unterstützung, Verbesserung oder des Betriebs anderer Nachrichten- und

Informationsangebote oder sonstigen (kommerziellen) Zwecken a) mit technischen Hilfsmitteln wie z.B. Crawler, Spider, im Wege des Scrapings oder des Text- und Data Minings auszulesen, zu analysieren, aufzubereiten oder zu indexieren; b) mit Hilfe von Programmen Künstlicher Intelligenz zu bearbeiten oder auf sonstige Weise zu verändern, zu übersetzen, umzuformulieren, zu kürzen oder zusammenzufassen; oder c) zu veröffentlichen oder abgegrenzten Personenkreisen oder einzelnen Dritten zur Verfügung zu stellen, sei es in ihrer ursprünglichen Form oder in bearbeiteter, übersetzter, umformulierter, gekürzter, erweiterter oder zusammengefasster Form, unabhängig vom Übertragungsweg (Online oder in anderer Weise) in jedweder Form zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Handlungen, die nach dem Urheberrechtsgesetz zwingend erlaubt sind, bleiben von den vorstehenden Regelungen unberührt. Nutzungen, die nach dem Urheberrechtsgesetz nicht erlaubt sind, werden durch die vorstehenden Regelungen auch für den Einzelfall nicht erlaubt. Weiter ist es nicht erlaubt, unsere Publikationen zum Training, der Entwicklung und/oder der Verbesserung von (generativen) KI-Systemen zu nutzen. Der Verlag behält sich insbesondere das Recht zum Text- und Datamining im Sinne von § 44b UrhG ausdrücklich vor.

(2) Weitergehende Rechte, insbesondere das Recht zur kommerziellen Nutzung der journalistischen Inhalte (z. B. Wiederveröffentlichung) sowie übertragbare Nutzungsberechtigungen, Medienbeobachtung und -analyse, Mehrplatzlizenzen oder Lizenzen für Bibliotheken und Schulen können über www.sz-archiv.de erworben werden. Rechte zur Erstellung eines elektronischen Pressespiegels können über die Presse-Monitor Deutschland GmbH (PMG) bezogen werden (www.pressemonitor.de).

Nutzungsanalyse, Marketing & Personalisierung

Um seine Produkte weiterzuentwickeln und zu verbessern, benötigt der Verlag eine Nutzungsanalyse. Diese wertet die Besucherströme aus und umfasst Informationen zum Verhalten, zu Interessen oder demographische Informationen zu den Besuchern, wie z.B. die Zugehörigkeit zu einer Altersgruppe oder das Geschlecht, als pseudonyme Werte. Damit kann der

Verlag erkennen, wann seine digitalen Angebote am häufigsten genutzt, welche Funktionen wiederverwendet werden und welche Bereiche der Optimierung bedürfen. Zu diesen Zwecken werden Profile, d.h. zu einem Nutzungsvorgang zusammengefasste Daten, angelegt und Informationen in einem Browser bzw. in einem Endgerät gespeichert und aus diesem ausgelesen.

Zu den erhobenen Angaben gehören insbesondere besuchte Webseiten und dort genutzte Elemente sowie technische Angaben wie der verwendete Browser, das verwendete Computersystem sowie Angaben zu Nutzungszeiten.

SZ-Personalisierung und Marketing

Damit der Nutzer möglichst schnell und direkt für ihn interessante Inhalte im digitalen Angebot des Verlags entdecken kann, analysiert der Verlag, welche SZ-Angebote und SZ-Produkte (redaktionelle Texte, Podcasts, Newsletter, Quiz, Spiele, Käufe, Veranstaltungen, etc.) der Nutzer nutzt, liest oder bestellt. Aus diesem gesammelten Verhalten erstellt der Verlag ein Profil und leitet daraus mögliche Vorlieben und Interessen ab, um den Nutzer zum einen weitere Inhalte und Produkte empfehlen zu können, zum anderen damit der Nutzer das digitale Angebot für sich personalisieren kann.

Der Verlag wirbt für seine Produkte und bietet seine Angebote auch auf Websites Dritter an. Natürlich sollten diese zu den Bedürfnissen des Nutzers passen. Hierzu verwendet der Verlag die Interessen des Nutzers, die er durch seine Nutzungsanalyse gewonnen hat. Dabei kann der Verlag auch feststellen, ob seine Werbung wirkt und welchen Erfolg sie hat.

Werbung durch Dritte (IAB)

Die digitalen Produkte des Verlags unterliegen ebenso wie die Print-Produkte den Anforderungen an glaubwürdigen und professionellen Qualitätsjournalismus. Das kostet Geld, daher bietet der Verlag – ähnlich wie Anzeigen in den Printprodukten - ausgewählten Dritten Werbeflächen in seinen digitalen Produkten zur nutzungsbasierten Werbung an. Für das Ausspielen der Inhalte nutzt der jeweilige Werbepartner eigene Technologien und Cookies. Mit Hilfe der aus dem Nutzerverhalten gewonnenen Erkenntnisse können so u. a. Anzeigen und Inhalte gezielter ausgespielt, die Nutzerfreundlichkeit der digitalen Angebote verbessert sowie neue Produkte entwickelt werden. Eine aktuelle Übersicht dieser Dritten findet der Nutzer in den Datenschutz-Einstellungen. Dem Verlag ist zudem daran gelegen, die Anzahl der Dritten zu begrenzen. Diese Dritte sind einer ständigen Prüfung unterzogen, daher kann es sein, dass Dritte hinzukommen oder wegfallen. Der Nutzer hat aber zu jedem Zeitpunkt einen aktuellen Überblick. Die Art und Weise der Auswahl der Dritten und deren Nutzung der Werbeflächen für personalisierte Anzeigen verändert sich nicht.

Um diese Art der Werbung datenschutzkonform steuern zu können, verwendet der Verlag das Transparency and Consent Framework des IAB Europe 2.2. Dieses Regelwerk des Interactive Advertising Bureau Europe („IAB Europe“), einem Branchenverband für online Marketing, definiert und überwacht die datenschutzkonforme Ausspielung von Werbung.

Zur datenschutzkonformen Steuerung von Werbung hat das IAB Europe die nachfolgenden Zwecke für die Verarbeitung von Daten, einschließlich der personenbezogenen Daten von Nutzern, definiert:

- Speichern von oder Zugriff auf Informationen auf einem Endgerät (Purpose 1)
- Verwendung reduzierter Daten zur Auswahl von Werbeanzeigen (Purpose 2)
- Erstellung von Profilen für personalisierte Werbung (Purpose 3)
- Verwendung von Profilen zur Auswahl personalisierter Werbung (Purpose 4)
- Erstellung von Profilen zur Personalisierung von Inhalten (Purpose 5)
- Verwendung von Profilen zur Auswahl personalisierter Inhalte (Purpose 6)
- Messung der Werbeleistung (Purpose 7)
- Messung der Performance von Inhalten (Purpose 8)

- Analyse von Zielgruppen durch Statistiken oder Kombinationen von Daten aus verschiedenen Quellen (Purpose 9)
- Entwicklung und Verbesserung der Angebote (Purpose 10)
- Verwendung reduzierter Daten zur Auswahl von Inhalten (Purpose 11)

Mehr Informationen zu den Verarbeitungszwecken:

<https://iabeurope.eu/iab-europe-transparency-consent-framework-policies/>