

ABOUT MEDIADATEN ABO NEWSLETTER RSS

**PAGE** 2010  
IDEEN UND KNOW-HOW FÜR DESIGN, WERBUNG, MEDIEN

STARTSEITE

E-Mail:   
 \*\*\*\*\* > LOGIN  
 > PASSWORT ÄNDERN > REGISTRIEREN

1 2 3 4 5 6

**AUSGEZEICHNETE MODEFOTOS UND ILLUS**  
 Fotografie, Illustration, Styling: Die Gewinner der Iconique Societas Awards stehen fest.  
 WEITER

**PAGE** 2012  
AKTUELLE AUSGABE  
 Ihr direkter Draht zur Kreativbranche

STARTSEITE E-MAG COMMUNITY DAS HEFT SERVICE KONTAKT

> SUCHE  
 > ERWEITERTE SUCHE

**PAGE** Jetzt testen und Moleskine-Skizzenbuch gratis erhalten!

**weave** DAS NEUE MAGAZIN FÜR INTERACTIVE DESIGN

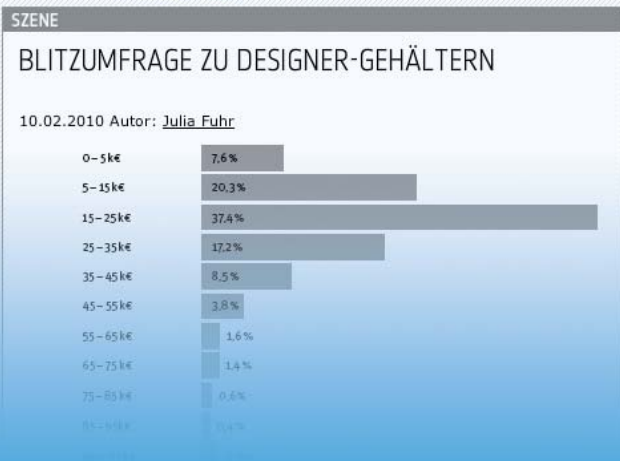
HIER GRATIS TESTEN!

STELLENMARKT

**DIE NEUESTEN JOBS**  
 08.02.10  
 New Media & Web Designer (m/w)  
 BB Promotion GmbH  
 ZUR JOBANZEIGE

06.02.10  
 DTP-Operator (m/w)  
 brandrelation agentur für kommunikation  
 ZUR JOBANZEIGE

06.02.10  
 Praktikant (m/w) im Bereich Digitale Medien und Interface Design  
 Kontrastmoment



ABO

Sie möchten PAGE bequem und pünktlich frei Haus? Hier finden Sie unsere attraktiven Abo-Angebote

PORTFOLIOS

Ob Corporate Designer, Flasher oder Werbeagentur – hier präsentieren sich die Top-Kreativen!

SHOP

Typometer, Schmedematte oder Jahrgänge-CD – hier werden Sie fündig

# Mediadaten Online 2012

Profiwissen für  
kreatives Mediendesign,  
Publishing und Trends

[www.page-online.de](http://www.page-online.de)

PAGE Online Anzeigenpreisliste Nr. 2,  
gültig ab 01.01.2012

## Frische Ideen für die Kreativbranche – frische Ideen für Ihren Erfolg

PAGE Online ist die Plattform für Kreative und Medienprofis. Hier findet der User den Stellenmarkt für die Kommunikations- und Designbranche sowie täglich neue Ideen, Berichte, Galerien und Know-how aus der internationalen Kreativszene. Die PAGE-Archiv-Volltextsuche, Award-Übersichten, Veranstaltungshinweise und PAGE Seminarangebote komplettieren das Angebot.

Auf PAGE Online eröffnen Gestalter, Konzeptioner und Entwickler ihr Portfolio und präsentieren sich und ihr Leistungsspektrum. Auftraggeber und Co-Worker nutzen dieses Angebot für die Kontaktaufnahme. Nutzen Sie das attraktive Webangebot als Stand alone oder in Verbindung mit der Printausgabe.

### PAGE Online – hier erreichen Sie die Entscheider in der Kreativbranche



PAGE ist das Profimagazin für kreatives Mediendesign, Publishing & Trends und dabei Inspirations- und Investitionsratgeber zugleich. Als führendes Design- und Publishingmagazin liefert PAGE seit 1986 unverzichtbare Impulse für Kreation und Produktion – crossmedial, interdisziplinär und ganzheitlich.



WEAVE, das Profimagazin für Auftraggeber, Designer und Developer interaktiver Medien. WEAVE ist eine Line Extensions von PAGE.



#### Reichweite, Traffic

Page Impressions (PIs): 247.798 mtl.  
 Visits: 97.280 mtl.  
 (IVW 07/2011)

## Ihre Medienberater



**Alexander Herz**  
*Anzeigenleitung*

Telefon: +49 (0)40 85183-480  
Telefax: +49 (0)40 85183-489  
alexander.herz@page-online.de



**Igor Sadovnikov**  
*Online-Marketing und Beratung*

Telefon: +49 (0)731 1520-176  
Telefax: +49 (0)731 1520-961  
sadovnikov@ebnerverlag.de

## Stellenmarkt



**Sabine Vockrodt**  
*Leitung Stellenmarkt*

Telefon: +49 (0)89 2183-7049  
Telefax: +49 (0)89 2183-7864  
stellenangebote@wuv.de

## Anschrift

### Anzeigenleitung

PAGE  
c/o Ebner Verlag GmbH & Co. KG  
Borselstraße 28  
22765 Hamburg

### Online-Marketing

PAGE Online  
c/o Ebner Verlag GmbH & Co. KG  
Karlstraße 41  
89073 Ulm

## Publisher

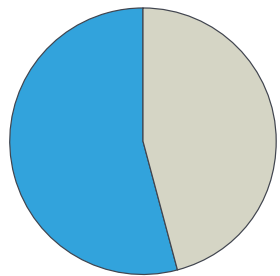


**Gabriele Günder**  
*PAGE Chefredakteurin/Publisher*

Telefon: +49 (0)40 85183-400  
Telefax: +49 (0)40 85183-449  
info@page-online.de

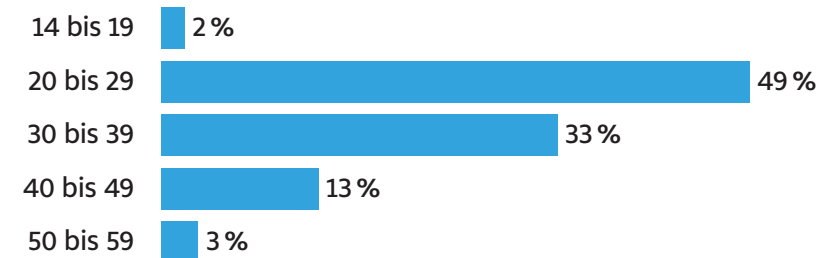
Unsere User-Befragung von PAGE Online ist zur besseren Vergleichbarkeit an die Standards der AGOF angelehnt. Die Umfrage ermöglicht es Ihnen, eine präzise und detaillierte Besucherinformation von PAGE Online zu erhalten.

## Geschlecht\*

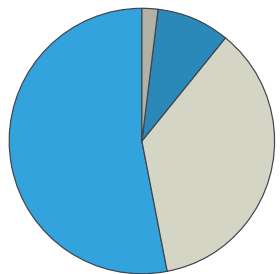


- 46 % männlich
- 54 % weiblich

## Alter\*

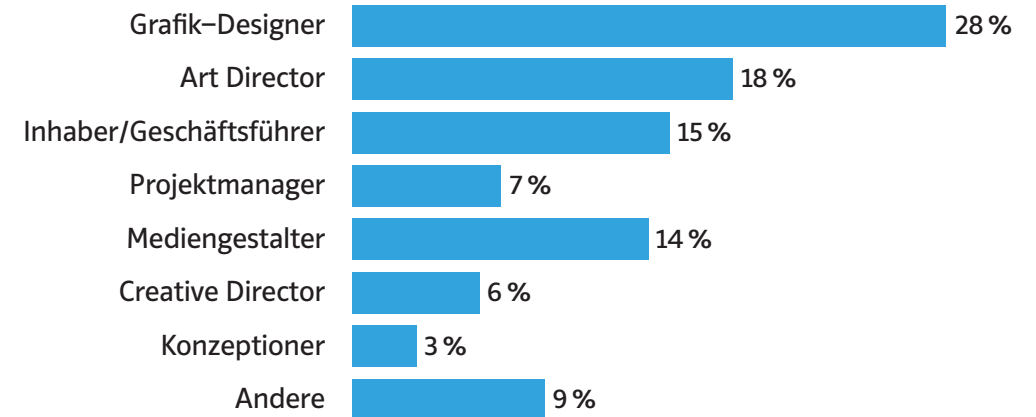


## Bildungsabschluss\*



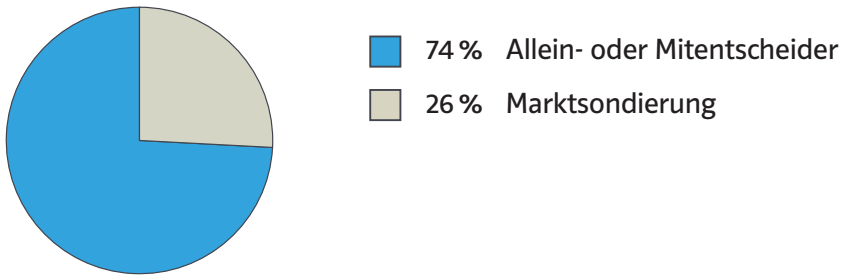
- 53 % Fach-, Hochschulabschluss
- 36 % Abitur/Fachabitur
- 9 % weiterführende Schule
- 2 % Hauptschul-, Volksschulabschluss

## Funktion im Unternehmen\*



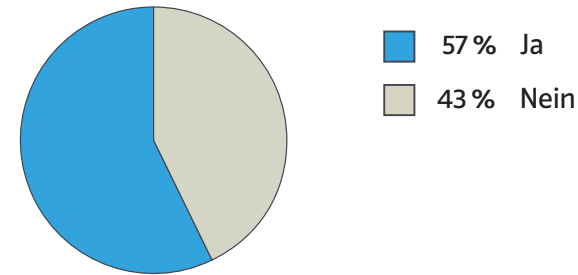
## Investitionsentscheidungen\*

Die Besucher sind in der überwiegenden Mehrheit als Allein- oder Mitentscheider direkt an den Investitionsentscheidungen beteiligt.



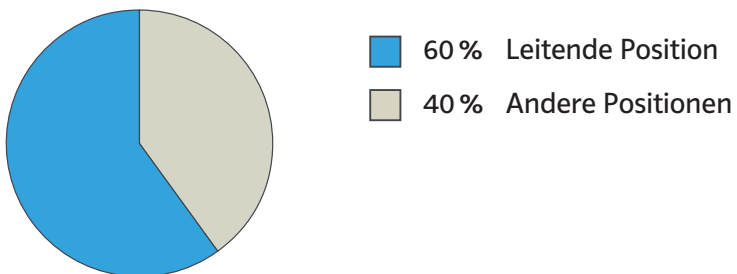
## Lesen Sie regelmäßig das PAGE Magazin?\*

PAGE Online bietet Ihnen zusätzlich eine deutliche Steigerung der Reichweite.



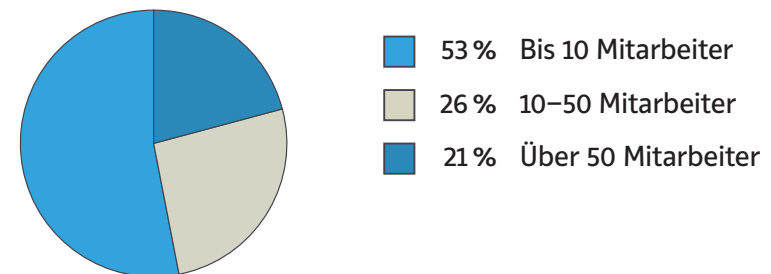
## Position im Unternehmen\*

Mehr als die Hälfte der Besucher haben eine leitende Position.



## Unternehmensgröße\*

Mehr als die Hälfte aller Besucher sind in einem Unternehmen mit maximal 10 Mitarbeitern beschäftigt.



## Auslieferung

Alle Werbemittel werden in Rotation ausgeliefert.  
Auf Wunsch kann aber auch exklusiv ein Zeitraum gebucht werden.

## Datenanlieferung, Werbemittel

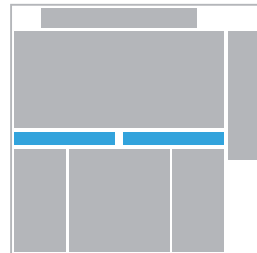
- Alle Bannerformate bis max. 50KB
- Datenformate: JPEG, GIF, Flash (bei Flash bitte Ausfall-GIF mitliefern)
- Anlieferung bis spätestens 5 Tage vor Ersteinschaltung der Kampagne

## Sonderwerbformen

Z.B. Feature Box, Channel oder Microsite-Sponsoring auf Anfrage

## Expandable Formate

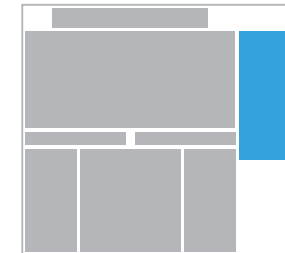
Jeweils +20 % des jeweiligen TKP\*



### Fullsizebanner

468 x 60 Pixel

TKP\* 59 €

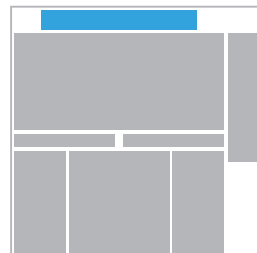


### Big-Size Skyscraper

(Half Page Ad)

300 x 600 Pixel

TKP\* 99 €



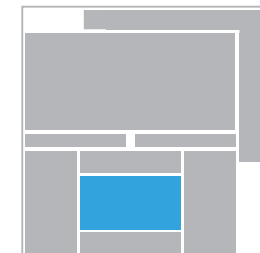
### Superbanner

(Leaderboard)

728 x 90 Pixel bis

967 x 90 Pixel

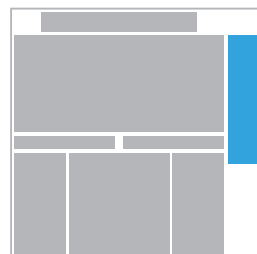
TKP\* 69 €



### Fullsize-Content-Ad

468 x 250 Pixel

TKP\* 99 €

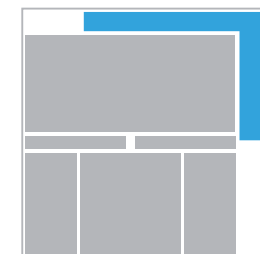


### Skyscraper

120 x 600 Pixel oder

160 x 600 Pixel

TKP\* 79 €

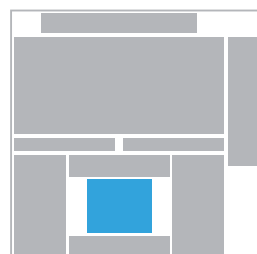


### Hockeystick

(Superbanner + Skyscraper)

728 x 90 + 160 x 600 Pixel

TKP\* 109 €

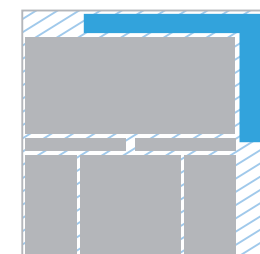


### Content-Ad

(Medium Rectangle)

300 x 250 Pixel

TKP\* 89 €



### Wallpaper

(Hockeystick und Einfärbung der Web-Site)

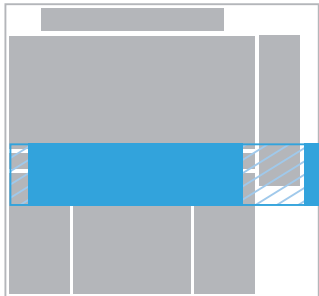
728 x 90 + 160 x 600 Pixel

TKP\* 139 €

\*) Tausend-Kontakt-Preis (TKP) für 1.000 Auslieferungen (Ad Impressions)

## Premium Display Werbeformate (Premium Ad Package)

Das Banner wird beim ersten Seitenaufruf im Großformat (Expandable Format) dargestellt. Bei weiteren Seitenaufrufen des Users ist das Werbemittel weiterhin sichtbar und kann durch Useraktion (Mouse-over oder Klick) wieder geöffnet werden.



### **Banderole Ad**

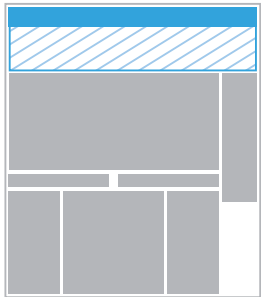
*(automatisches Schließen nach 15 Sek.)*

770 x 250 Pixel

Preis 2.300 € / Woche

Frequency Capping 1/Session

im Expandable Format



### **Push Down Ad**

*(automatisches Schließen nach 10 Sek.)*

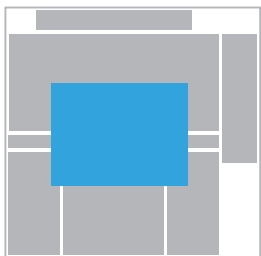
max. 950 x 90 Pixel (geschlossen)

max. 950 x 300 Pixel (geöffnet)

Preis 2.300 € / Woche

Frequency Capping 1/Session

im Expandable Format



### **Maxi Ad**

*(automatisches Schließen nach 10 Sek.)*

640 x 480 Pixel

Preis 2.500 € / Woche

Frequency Capping 1/Session

## Lead Generierung

Lernen Sie den aktuell an Ihrem Produkt interessierten, potentiellen Kunden kennen: Die Werbekampagne mit direkter und meßbarer Absatzförderung.

## Landing Page

Stellen Sie Ihre gesamte Markenwelt auf einer exklusiven Unterseite (Landing Page) dar. Durch passende Werbung wird die Landing Page bei den Besuchern und Newsletter-Abonnenten bekannt gemacht.

## Konnten wir Ihr Interesse wecken?

Für eine detaillierte Vorstellung dieser Premium Werbeformen biete ich Ihnen gerne einen unverbindlichen Präsentationstermin an.



### **Igor Sadovnikov**

*Online-Marketing und Beratung*

Telefon: +49 (0)731 1520-176

Telefax: +49 (0)731 1520-961

sadovnikov@ebnerverlag.de

Die PAGE-Newsletter-Abonnenten erhalten zweimal im Monat exklusiv ein Update über die Top-News der vergangenen 14 Tage. Und wichtiger noch – einen Ausblick auf die anstehenden Themen und Ereignisse der Kreativ- und Designbranche.

## Aussendung

Jeden 1. und 3. Mittwoch im Monat an garantiert 7.600 + X Newsletter-Abonnenten.

## Banner, Werbemittel

<b>Werbemittel</b>	Text und Bild oder Banner
<b>Text-Format</b>	maximal 250 Zeichen Text oder 200 Zeichen Text und Bild
<b>Banner-Format</b>	468 x 60 Pixel JPEG oder GIF-Banner (statisch oder animiert)
<b>Dateigröße</b>	max. 50 KB

**Hinweis** *Animierte GIF-Dateien werden ab Outlook 2007 nicht mehr animiert dargestellt.*

## Preise

<b>1 Newsletter</b>	540 €
<b>ab 5 Newsletter</b>	500 €
<b>ab 10 Newsletter</b>	460 €



PAGE Newsletter 15.2010 vom 18.8.2010



### Porträt: Herr Müller, Illustrator

Jeden Freitag stellen wir online in unserer neuen Serie einen angesagten Kreativen vor. Fotografen, Illustratoren und andere Bildgestalter, geben Einblick in ihre Arbeit. Diesmal stand der Berliner Illustrator Herr Müller Rede und Antwort. Für seine handgemachten Zines experimentiert er mal mit Blütenblättern, mal mit Zähnen.

[Weiter zum Artikel](#)  
[Zur Galerie](#)

Anzeige



TYPO: **Displayschrift Cutz**  
Cutz von Florian Zietz erinnert an Scherenschnitte. Ausgangspunkt für die Entwicklung war die Gestaltung eines Weinetiketts. Ausgehend von den wenigen Buchstaben, gestaltete Florian Zietz nach und nach das komplette Alphabet.  
[Weiter zum Artikel](#)  
[Zur Rubrik Typo](#)

Anzeige



TECHNIK: **iPhone- und iPad-Apps für Kreative**  
Das Angebot ist kaum noch überschaubar. Doch lohnt es sich überhaupt? Welche Apps machen wirklich Sinn im täglichen Einsatz und welche sind nur Spielerei? In einer neuen Serie zeigt PAGE die Favoriten der Kreativen.  
[Weiter zum Artikel](#)  
[Zur Rubrik Technik](#)

Anzeige

## Landing Page

Ihre exklusive Landing Page wird im Look and Feel in das PAGE-Online-Portal integriert; die Inhalte mit Ihnen abgestimmt. Die Werbeflächen auf der Landing Page stehen Ihnen exklusiv zur Verfügung.

## Lead Generierung

Wir identifizieren für Sie potentielle Kunden, die eindeutig Interesse an Ihren Produkten und/oder Dienstleistungen zeigen. Die Anzahl der generierten Leads wird vor der Kampagne festgelegt und Ihnen im gewünschten Zeitraum zu einem Festpreis geliefert – volle Kostentransparenz für Sie und eine exakte Bestimmung des ROI möglich.



## Business Information

### Themen-Newsletter

Mit dem Sonder-Newsletter schafft PAGE Online ein monothematisches Umfeld für die optimale Platzierung Ihrer Informationen.

### Stand-alone-Newsletter

Diesen Stand-alone-Newsletter bieten wir Ihnen exklusiv für Ihre Informationen zur direkten Kundenansprache.

## Video

PAGE Online liefert das Video in der bestmöglichen Qualität in Bezug auf die verfügbare Bandbreite aus. Dadurch wird die Abbruchquote deutlich reduziert.

<b>Hosting</b>	1 Monat
<b>Teaser</b>	Video-Vorschau-Bild
<b>Ad-Impressions</b>	garantiert 15.000 pro Monat in Rotation
<b>Preis</b>	750 €

## Technische Details für Video-Anlieferung

<b>Dateiformat</b>	MP4
<b>Dauer</b>	0,5 bis max 1,5 Minuten (empfohlen)
<b>Format 16:9</b>	1024 x 576 Pixel
<b>Format 4:3</b>	1024 x 768 Pixel

*Weitere technische Details auf Anfrage.*

*Wir unterstützen Sie gerne bei der Videoproduktion.*

Die Leserschaft von PAGE ist mehr als hochkarätig: 57%\* (Filter: Berufstätige) der PAGE-Leser sind Kreative. Damit erreicht PAGE genau die Zielgruppe, die für die Besetzung von hoch professionellen Kreativjobs relevant ist.

Medienhäuser wie ARD, Bertelsmann, Gruner + Jahr, Unternehmen wie BMW und IBM, Agenturen wie Jung von Matt und Saatchi & Saatchi nutzen PAGE als effiziente Stellenplattform seit Jahren erfolgreich in ihrem Recruiting-Portfolio.

Platzieren Sie beinahe ohne Zeitverzögerung Anzeigen im Online-Stellenmarkt der PAGE, ohne auf die nächste Print-Ausgabe warten zu müssen.

## **Praktikumsanzeige**

*Ungestaltete Online-Stellenanzeige ohne Logo*  
6 Wochen online: Preis: 150 €

## **Angebot Basic**

*Ungestaltete Online-Stellenanzeige ohne Logo*  
6 Wochen online: Preis: 590 €

## **Angebot Silber**

*Gestaltete Online-Stellenanzeige „Standard“ mit Logo*  
*Anzeige im Online-Auftritt nach vorgegebenen Templates*  
6 Wochen online: Preis: 690 €

## **Angebot Gold**

*Individuell gestaltete Online-Stellenanzeige mit Logo*  
*Gestaltete Anzeige im Online-Auftritt nach Kundenwunsch*  
6 Wochen online: Preis: 1.090 €

[www.page-online.de/stellenmarkt](http://www.page-online.de/stellenmarkt)

Ihre Ansprechpartnerin für den PAGE Stellenmarkt\*\*

\* Quelle:

Telefonische Leserbefragung von Juni 2006 (C.A.T.I.),

Grundgesamtheit: Abonnenten der PAGE

Fallzahl: 253 Interviews (netto)

Konzeption/Durchführung: CZAIA Marktforschung GmbH, Bremen

\*\* Verlag Werben & Verkaufen GmbH für PAGE Verlag

c/o Ebner Verlag GmbH & Co.. KG



**Sabine Vockrodt**

*Leitung Stellenmarkt*

Telefon: +49 (0)89 2183-7049

Telefax: +49 (0)89 2183-7864

stellenangebote@wuv.de

## Erhöhen Sie die Reichweite und den Werbedruck Ihrer Kampagne!

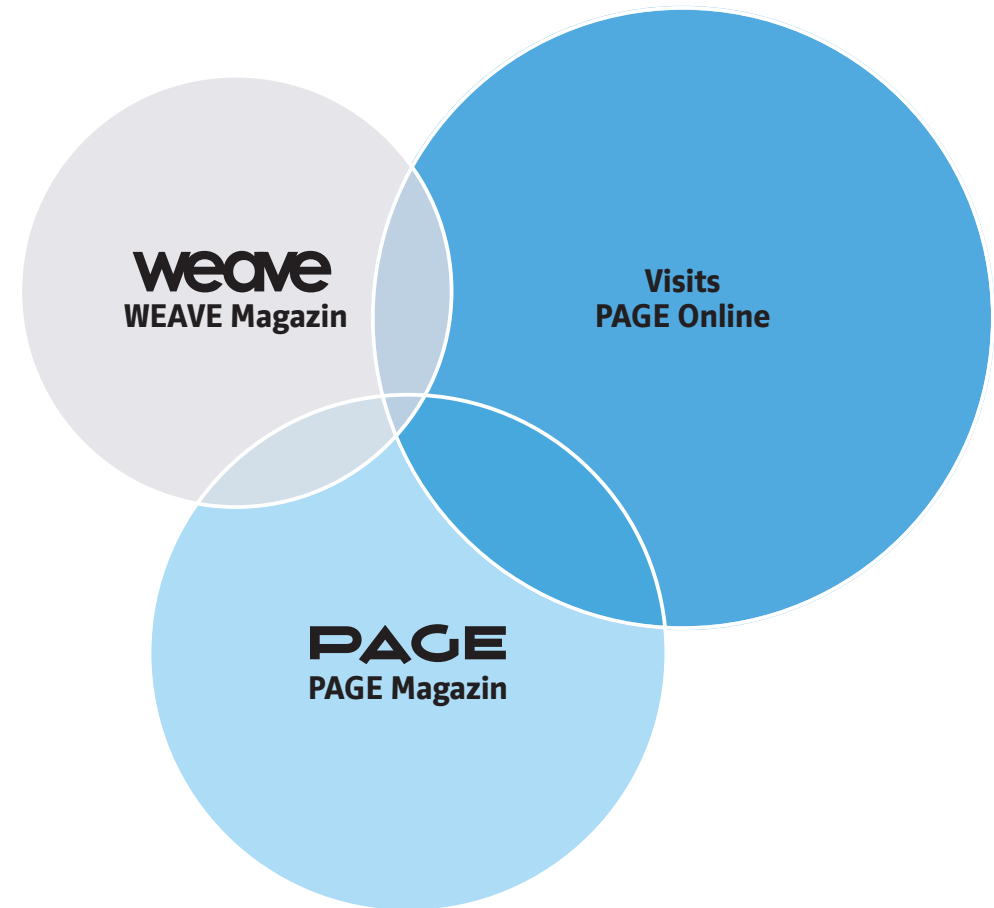
### Print + Online:

**Crossmedial erreichen Sie schneller und direkter Ihre Zielgruppe!**

- Kombination von Print und Online zur **Reichweitenverlängerung** Ihrer Werbebotschaft

Druckauflage PAGE:	26.534 Stück	(IVW 02/2011)
Druckauflage WEAVE:	12.000 Stück	
Visits <a href="http://www.page-online.de">www.page-online.de</a> :	97.280 pro Monat	(IVW 07/2011)

- Mit beiden Kanälen den Wiedererkennungswert Ihrer Marke und Ihrer Produkte in der Zielgruppe steigern!
- Den breiten Spielraum crossmedialer Kampagnen kreativ mit innovativen Konzepten aufmerksamkeitsstark füllen!
- TKP (Tausend-Kontakt-Preis): Das faire Preismodell! Wir berechnen nur die Werbeleistung, die messbar erbracht wurde.



## 1. Ausschließlicher Geltungsbereich

**1.1** Die Ebner Verlag GmbH & Co. KG, Karlstraße 41, 89073 Ulm (nachfolgend „Verlag“ genannt) vermarktet im eigenen Namen und auf eigene Rechnung für die für von ihm betriebenen Webseiten und Smartphone bzw. Tablet PC Applikationen Werbeaufträge.

**1.2** Für alle Vertragsverhältnisse zwischen dem Verlag und dem werbungstreibenden Vertragspartner (nachfolgend „Kunde“ genannt) über die Schaltung von Werbeaufträgen gelten ausschließlich die nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Geltung etwaiger allgemeiner Geschäftsbedingungen des Kunden ist ausdrücklich ausgeschlossen, auch wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.

## 2. Leistungen, Online-Werbemittel

**2.1** „Leistungen“ im Sinne dieser AGB sind alle beim Verlag buchbaren Online-Werbemittel und sonstige im Rahmen der Werbung buchbaren Dienstleistungen des Verlags (z.B. Programmierung von Werbemitteln, Microsites, Durchführung von Marketingprogrammen etc.).

**2.2** „Online-Werbemittel“ sind Angebote, welche aus Bild, und/oder Text und/oder Ton und/oder Bewegtbildern und/oder aus einer sensitiven Fläche bestehen, die durch Anklicken mit einer vom Werbungstreibenden festgelegten Webadresse verbunden werden (z.B. Link). Dies kann neben klassischer Banner-Werbung insbesondere auch Produkt- und Firmeneinträge, Sponsoring, E-Mail- Kampagnen oder Microsites umfassen. Ferner umfasst sind sog. „Download-Angebote“ des Kunden wie Video Ads, E-Books oder sonstige Download- oder Streaming-Angebote, welche vom Verlag bereitgehalten werden.

**2.3** „Werbeauftrag“ ist der Vertrag über die Schaltung eines Online-Werbemittels bzw. sonstige Leistungen zum Zwecke der Verbreitung durch den Verlag.

## 3. Vertragsabschluss

**3.1** Ein Werbeauftrag kommt grundsätzlich durch schriftliche oder per E-Mail erfolgte Bestätigung oder durch (teilweise) Erbringung der Leistungen durch den Verlag zustande.

**3.2** Bei der Buchung über Umsatzmittler (Webagentur) kommt der Vertrag im Zweifel mit der Webagentur selbst zustande. Soll ein Werbungstreibender Kunde werden, muss dieser von der Agentur namentlich bekannt werden.

## 4. Mitwirkungspflicht des Kunden

**4.1** Soweit die Online-Werbemittel vom Verlag einzustellen sind, wird der Kunde dem Verlag das Werbemittel bis spätestens vier Werktage vor dem vereinbarten Ersterscheinungstermin zur Verfügung stellen. Die Datenanlieferung erfolgt unter Beachtung der jeweils aktuellen, technischen „Formatanforderungen“ des Verlags. Sollte aufgrund einer verspäteten oder nicht den „technischen Anforderungen“ entsprechenden Anlieferung eine ordnungsgemäße und termingerechte Veröffentlichung des Werbemittels durch den Verlag nicht möglich sein, bleibt die Zahlungsverpflichtung des Kunden hiervon unberührt. Die Kosten für die Anfertigung von fehlerfreiem Material oder vom Kunden gewünschter oder zu verretender Änderungen der vereinbarten Ausführungen hat der Kunde zu tragen.

**4.2** Der Kunde ist berechtigt, mit Links auf eine Ziel-URL zu verweisen, soweit sich dabei ein neues Browserfenster öffnet. Der Einsatz sonstiger technischer Mittel, welche den Nutzer von der Seite weglenken oder Daten über ihn sammeln, ist unzulässig, insbesondere bedürfen die Verwendung von Over-the-Page (OTP) Werbemitteln, das Abfordern von Angaben von Nutzerdaten sowie das Setzen von Cookies der vorherigen schriftlichen Genehmigung durch den Verlag.

## 5. Pflichten des Kunden, Haftungsfreistellung

**5.1** Der Kunde wird durch Einsatz geeigneter und auf den neuesten Stand der Technik beruhenden Schutzprogrammen sicherstellen, dass die übermittelten oder von ihm eingestellten Werbemittel frei von schädlichen Codes, wie z.B. Viren und/ oder Trojanern, sind.

**5.2** Der Kunde trägt die Verantwortung für den Inhalt der Online-Werbemittel sowie dafür, dass durch die Online-Werbemittel Rechte Dritter nicht verletzt werden. Den Verlag trifft keine Pflicht zur Überprüfung der Online-Werbemittel in Bezug auf die Vereinbarkeit mit den jeweils aktuell

geltenden, gesetzlichen Bestimmungen. Der Kunde hat den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, erwachsen.

**5.3** Der Kunde versichert, dass er in Bezug auf alle Urheber der Online-Werbemittel die erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte eingeholt hat, die ihm die Rechteeräumungen gemäß Ziffer 10.1. und 10.2. an den Verlag ermöglichen. Gleiches gilt für eventuell erforderliche Vereinbarungen mit Verwertungsgesellschaften (insb. der GEMA). Er übernimmt die von diesen Verwertungsgesellschaften geltend gemachten Beträge.

## 6. Ablehnungsbefugnis; Unterbrechung der Werbemaßnahme, Kennzeichnung

**6.1** Der Verlag kann einzelne Online-Werbemittel ablehnen, wenn diese gegen geltende Gesetze oder geltende Rechtsprechung, behördliche oder gerichtliche Anordnungen oder gegen eine vom Verlag abgegebene Unterlassungserklärung verstoßen oder Rechte Dritter verletzen oder die Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Herkunft oder aus technischen Gründen für den Verlag unzumutbar ist. Dieses Recht besteht auch für einzelne Online-Werbemittel, die in Erfüllung eines Rahmenvertrages mit dem Kunden veröffentlicht werden sollen.

**6.2** Der Verlag ist berechtigt, die Durchführung von Werbemaßnahmen (vorübergehend) zu unterbrechen, sofern der begründete Verdacht besteht, dass die Voraussetzungen gemäß Ziffer 6.1. erfüllt sind, und zwar insbesondere für den Fall, dass ein Dritter eine nicht offensichtlich unbegründete Verletzung seiner Rechte geltend macht, eine Abmahnung bereits in einem ähnlichen Fall erfolgt ist oder im Falle der Aufnahme von Ermittlungen staatlicher Behörden. Gleiches gilt für den Fall, dass der Kunde nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels vornimmt, die zu einem Verstoß gemäß Ziffer 6.1. führen. Der Verlag wird den Kunden über eine derartige Unterbrechung unverzüglich unterrichten und ihm die Möglichkeit einräumen, die Rechtmäßigkeit der Werbemaßnahme darzulegen und gegebenenfalls zu beweisen.

**6.3** Ebenso kann der Kunde die Unterbrechung oder Entfernung der Werbemaßnahme vom Verlag verlangen, wenn er von einem Dritten wegen einer Rechtsverletzung in Anspruch genommen wird. Soweit der Kunde die Werbemaßnahme selbst entfernen oder Offline stellen kann, ist er in diesem Fall selbst zur Entfernung oder Sperrung verpflichtet.

**6.4** Für den Fall der Ablehnung oder Unterbrechung von Werbemaßnahmen nach Maßgabe der Vorziffern ist von dem Kunden dennoch die vereinbarte Vergütung abzüglich der beim Verlag ersparten Aufwendungen zu zahlen, es sei denn, der Verlag konnte den vorgesehenen Werbeplatz anderweitig vergeben. Diese Zahlungsverpflichtung besteht nicht, sofern der Kunde nachweisen kann, dass der Inhalt des Werbemittels rechtmäßig war und somit Gründe für die Ablehnung bzw. Unterbrechung auf Veranlassung des Verlags nicht bestanden.

**6.5** Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht klar als solche erkennbar sind, werden vom Verlag nach eigenem Ermessen deutlich von den sonstigen Inhalten getrennt, z.B. durch Ausweis als „Anzeige“.

## 7. Gewährleistung durch den Verlag, Rücepflcht des Kunden, Verjährung

**7.1** Der Verlag gewährleistet die nach Maßgabe der in der Auftragsbestätigung und den „Technischen Formatanforderungen“ übliche Beschaffenheit und Veröffentlichung des Online-Werbemittels unter Beachtung der von dem Kunden übermittelten Daten.

**7.2** Entspricht die Veröffentlichung eines Online-Werbemittels nicht der geschuldeten Beschaffenheit, hat der Kunde Anspruch auf Verlängerung des Veröffentlichungszeitraums oder auf eine unverzügliche Ersatzschaltung in einem vergleichbaren Umfeld. Dies gilt jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Online-Werbemittels beeinträchtigt wurde. Erfolgt eine derartige Ersatzwerbung durch den Verlag trotz angemessener Fristsetzung des Kunden nicht oder ist die Schaltung der Ersatzwerbung für den Kunden unzumutbar oder schlägt auch diese fehl, so hat der Kunde ein Recht auf Zahlungsminderung sowie Rückgängigmachung des Auftrags in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Online-Werbemittels beeinträchtigt wurde.

**7.3** Der Kunde wird die Werbemaßnahme nach dem Ersterscheinungstermin unverzüglich prüfen und etwaige Mängel rügen (Rücepflcht). Bei verdeckten

Mängeln ist die Anzeige unverzüglich nach ihrer Entdeckung zu machen. Offene Mängel sind innerhalb von fünf Werktagen nach Ersterscheinung, verdeckte Mängel innerhalb derselben Frist nach Entdeckung schriftlich zu rügen.

**7.4** Der Verlag gewährleistet eine Verfügbarkeit der Websites, damit der Werbemittel, von 94% /Monat. Nicht in diese Zeit eingerechnet werden die für die Wartung des Systems erforderlichen Unterbrechungen im angemessenen Rahmen sowie eine Unterbrechung aufgrund höherer Gewalt oder nicht abwendbarer Ursachen. Die Verfügbarkeit versteht sich als das Verhältnis von IST-Zeit zu Soll-Zeit.

## 8. Platzierung der Werbung; Verwendung von Daten, Laufzeit, Verfügbarkeit, Preise

**8.1** Der Verlag wird die Platzierung von Werbemitteln im Rahmen der jeweils gebuchten Werbemaßnahme unter größtmöglicher Berücksichtigung der Wünsche des Kunden vornehmen. Soweit nichts anderes vereinbart ist, hat der Kunde jedoch keinen Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder den Ausschluss von Werbung für Waren oder Dienstleistungen eines Konkurrenten des Kunden.

**8.2** Der Verlag wird ggf. Download-Angebote sowie Firmen- und/oder Produkteinträge gemeinsam mit den Informationen von anderen Kunden in eine Datenbank einstellen und auf den vom Kunden gebuchten Kanälen zum Abruf durch Nutzer bereithalten.

**8.3** Sofern der Kunde aufgrund der Leistungen des Verlags personenbezogene oder anonyme bzw. pseudonyme Daten erhält, dürfen diese Daten ausschließlich im Rahmen der jeweiligen Werbe-Kampagne durch den Kunden unter Beachtung der aktuell gültigen, datenschutzrechtlichen Bestimmungen ausgewertet werden, sofern dies im Rahmen des Werbeauftrags vereinbart wurde. Eine darüber hinausgehende Verarbeitung sowie Nutzung der Daten insbesondere durch Weitergabe an Dritte ist dem Kunden nicht gestattet. Dieses Verbot umfasst auch die Erstellung von Profilen aus dem Nutzungsverhalten der Nutzer insbesondere durch Anreicherung der vorhandenen Daten mit Drittinformationen.

**8.4** Für den Werbeauftrag gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste des Verlags. Preisänderungen sind zulässig, wenn zwischen Vertragsschluss und vereinbarter Ersterschaltung des Online-Werbemittels mehr als vier Monate liegen. Derartige Preisänderungen werden jedoch nur wirksam, sofern sie von dem Verlag mindestens ein Monat vor Veröffentlichung des Online-Werbemittels angekündigt werden. Der Kunde ist zum Rücktritt innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung berechtigt.

**8.5** Bei einem Auftrag über die Schaltung mehrerer Online-Werbemittel (Rahmenvertrag) hat der Abruf der einzelnen Werbemittel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss zu erfolgen. In Bezug auf den Preis gilt die zum Zeitpunkt der Schaltung gültige Preisliste. Vereinbarte oder eingeräumte Rabatte gelten nur für das in Auftrag gegebene Online-Werbemittel Volumen. Erfolgt der vollständige Abruf der gebuchten Werbemittel nicht innerhalb der Ein-Jahres-Frist, ist der Kunde verpflichtet, dem Verlag den Differenzbetrag zwischen dem vertraglich unter Beachtung des festgelegten Gesamtvolumens gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten (Rabatt-Nachbelastung).

**8.6** Soweit der Kunde eine bestimmte Anzahl von AdImpressions für eine Werbemaßnahme gebucht hat, weist der Verlag darauf hin, dass diese Angaben zwangsläufig auf Erfahrungswerten der Vergangenheit beruhen. Sollten die AdImpressions ausnahmsweise nicht erreicht werden, wird der Schaltungszeitraum der Werbemaßnahme bis zum Erreichen der gebuchten AdImpressions verlängert. Ist die dabei vom Kunden gebuchte Platzierung für die verlängerte Werbezeit bereits an einen anderen Kunden vergeben, ist der Verlag berechtigt, unter angemessener Berücksichtigung der Interessen des Kunden, auf eine vergleichbare Platzierung auszuweichen. Systembedingt kommt es beim Einsatz von 3rd-Party-Adservern zu Zählendifferenzen. Als Abrechnungsgrundlage gelten immer die Zahlen des Verlags.

**8.7** Sofern der Verlag Leistungen erbringt, die dem Urheberrecht unterliegen, räumt er dem Kunden die einfachen Nutzungs- und Verwertungsrechte ein, die zur Durchführung der Werbeauftritte erforderlich sind. Eine

weitergehende Verwertung durch den Kunden bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlags.

## 9. Zahlungsbedingungen, Vorauskasse, Zurückbehaltungsrecht und Aufrechnung

**9.1** Die Rechnung wird am ersten Erscheinungstag des Online-Werbemittelauftrages, spätestens jedoch am Ende des Monats, in welchem der Auftrag geschaltet wird, erstellt. Ist eine Vorauszahlung nicht vereinbart, ist die Rechnung innerhalb von zehn Werktagen nach Rechnungsstellung ohne Abzug zu zahlen; nach Fristablauf kommt der Kunde in Zahlungsverzug und hat den Rechnungsbetrag mit einem Zinssatz von 8% über dem jeweils gültigen Basiszinssatz gemäß § 247 BGB zu verzinsen.

**9.2** Kommt der Kunde seinen Zahlungsverpflichtungen nicht vertragsgemäß nach oder überschreitet er die Fälligkeitstermine, stellt er seine Zahlungen ein oder werden andere Umstände bekannt, die die Kreditwürdigkeit in Frage stellen, so kann unbeschadet bestehender Stundungs- und Ratenzahlungsabreden Vorauszahlung der in Auftrag gegebenen Leistungen sowie die Zahlung aller offenen, auch der noch nicht fälligen Rechnungen durch den Verlag verlangt werden. Des Weiteren ist der Verlag berechtigt, die Erfüllung noch laufender Leistungen bis zur vollständigen Zahlung der offenstehenden Beträge zu verweigern.

**9.3** Auch bei anders lautenden Bestimmungen wird die Zahlung zunächst auf die ältere Schuld, hier zunächst auf die Zinsen und dann auf die Hauptsache verrechnet.

**9.4** Der Kunde ist zur Aufrechnung oder Zurückbehaltung nur berechtigt, wenn die Ansprüche vom Verlag anerkannt oder die Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt sind.

## 10. Rechteeräumung des Kunden

**10.1** Der Kunde überträgt dem Verlag in Bezug auf alle Online-Werbemittel sowie sonstige im Rahmen des Werbeauftrags veröffentlichten Inhalte die notwendigen Nutzungs- und Verwertungsrechte sowie sonstigen Leistungs-schutzrechte. Hierzu gehört insbesondere das Datenbankrecht, das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Sendung, Speicherung, sowie das Recht zur Zugänglichmachung.

**10.2** In Bezug auf die Download-Angebote räumt der Kunde dem Verlag im Interesse einer umfassenden Vermarktung seiner Inhalte zusätzlich das Recht ein, die Inhalte an Dritte zur Bereithaltung im Internet zu lizenzieren oder die Inhalte für weitere Angebotsformen zu verwenden (sog. Content-Syndication).

**10.3** Der Kunde räumt diese Rechte für die Dauer der Schaltung des Werbemittels ein. In Bezug auf die Content-Syndication gem. Ziffer 10.2. sind die Rechte zeitlich unbegrenzt aber jederzeit mit einer Frist von zwei Wochen kündbar eingeräumt.

## 11. Haftung durch den Verlag

Der Verlag haftet unbeschränkt nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit, bei einer fahrlässigen Pflichtverletzung auch für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet der Verlag bei Vermögensschäden einschließlich entgangenen Gewinns nur bei der Verletzung solcher Pflichten, auf deren Erfüllung der Kunde in besonderem Maße vertrauen durfte (Kardinalpflichten). Der Höhe nach ist in diesem Falle die Haftung auf den vertragstypischen und in derartigen Fällen vorhersehbaren und vom Kunden nicht beherrschbaren Durchschnittsschaden begrenzt.

## 12. Gerichtsstand, Erfüllungsort und anzuwendendes Recht

**12.1** Gerichtsstand und Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags in Ulm. Dies gilt nur, wenn der Kunde zu den Kaufleuten im Sinne der §§ 1, 2, 3, 5 und 6 HGB gehört oder juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich rechtliches Sondervermögen ist oder wenn dessen Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist oder wenn dessen Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort nach Vertragsschluss aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt wird oder der Kunde keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat. Der Verlag ist aber auch berechtigt, bei dem für den Sitz des Kunden zuständigen Gericht zu klagen.

**12.2** Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.