

Mediadaten Creditreform Online 2010

Creditreform

www.Creditreform-Magazin.de

Business-Site für Entscheider im Mittelstand



Titelportrait & Zielgruppe



www.Creditreform-Magazin.de

ist die Plattform für mittelständische Unternehmer und präsentiert sich als wissens- und nutzwertorientierte Site mit fundierter Berichterstattung und entscheidenden Tipps für das operative Geschäft und die strategische Entwicklung des Unternehmens.

Die Erweiterung der www.creditreform-magazin.de-Site um den Bonitätsauskunftsbereich unseres Herausgeberpartners „Verband der Vereine Creditreform“ auf creditreform.de bietet Ihnen exklusiven Zugang zu Top-Entscheidern im Mittelstand.

Zielgruppe

Inhaber von mittelständisch geprägten Firmen, Geschäftsführer, Führungskräfte und leitende Angestellte (kaufmännisch und technisch) im Mittelstand.

Ihre Werbung platzieren wir auf Creditreform-Magazin.de sowie im Log-Out-Bereich des Recherchertools auf Creditreform.de.

Statistische Angaben zum Traffic (zur Vermarktung freigegebene Reichweite)

Zahl der User, die die Site im Laufe des Monats besuchten. Die Anzahl erfasst Visits von Unique Users und den ersten Visit pro Monat für zurückkehrende User:

25.320

Page Impressions:

108.271

Quelle: Ad Server-System DoubleClick DART 5.0, Zeitraum 01. – 30. August 2009

Erreichen Sie tatsächliche Top-Entscheider



Creditreform.de mit hoher Reichweite

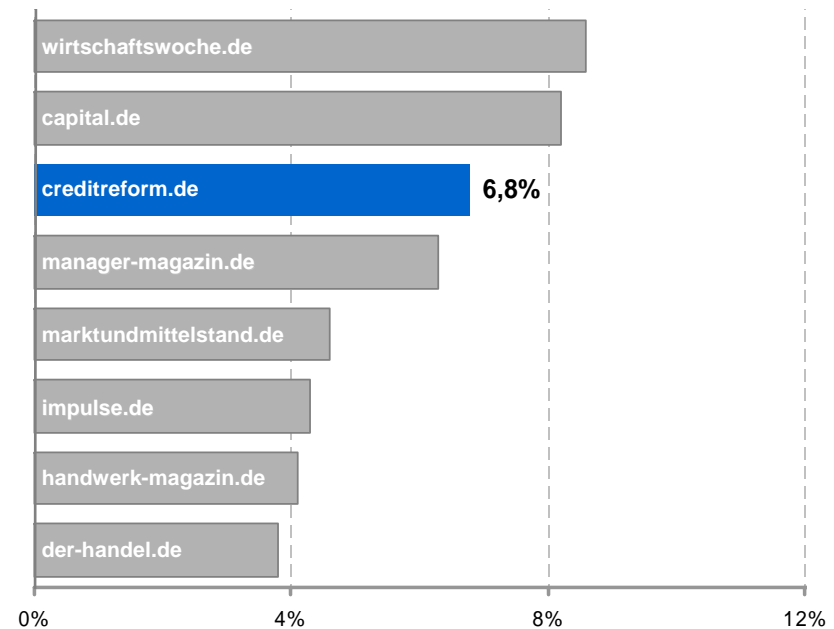
Die **führende B2B-Markt-Media-Untersuchung** Leseranalyse Entscheidungsträger (LAE) erhebt auch Online-Nutzungsdaten. Die aktuelle LAE weist für Creditreform.de einen hohen Anteil an Top-Entscheidern aus, die das Webangebot nutzen.

Im direkten Vergleich zu anderen Mittelstandsangeboten ist Creditreform.de **Reichweitesieger** bei den hochkarätigen Entscheidern der LAE.

- » *Lesebeispiel: Von 2,396 Millionen Top-Entscheidern der LAE 2009 gehören 6,8% zu den Usern pro Monat, die das Webangebot Creditreform.de nutzen.*

Creditreform.de ist im Segment der Mittelstandsmedien das Portal mit der höchsten Reichweite an qualifizierten Entscheidern (6,8%) und positioniert sich ebenso vor manager-magazin.de.

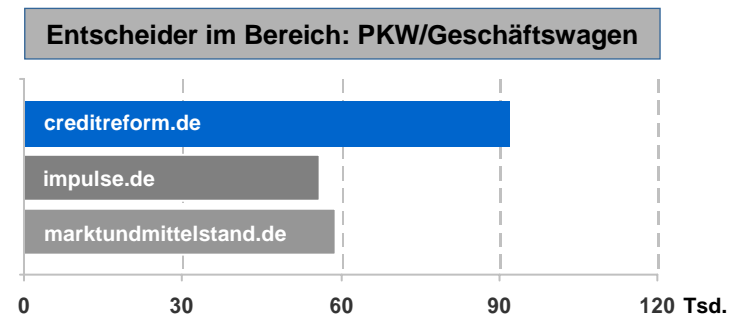
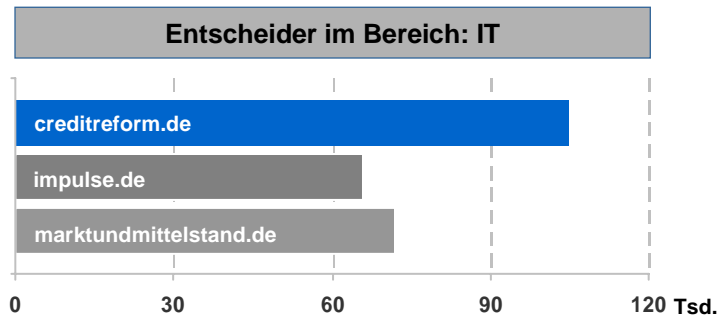
Entscheider-Reichweite in der LAE: Nutzer pro Monat



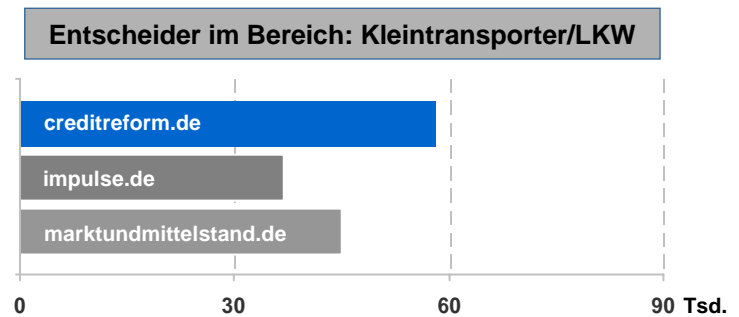
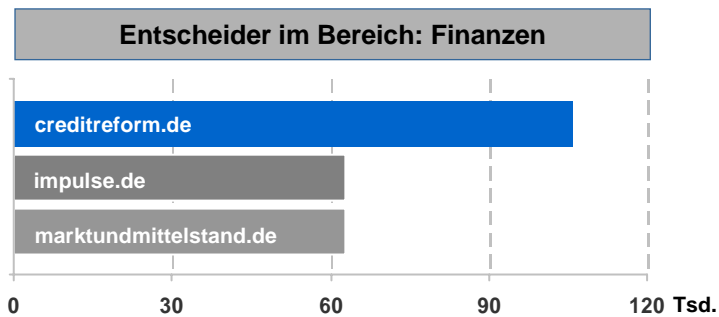
Umfassende Entscheidungskompetenzen



Creditreform.de-User verfügen über vielfältige Entscheidungskompetenzen



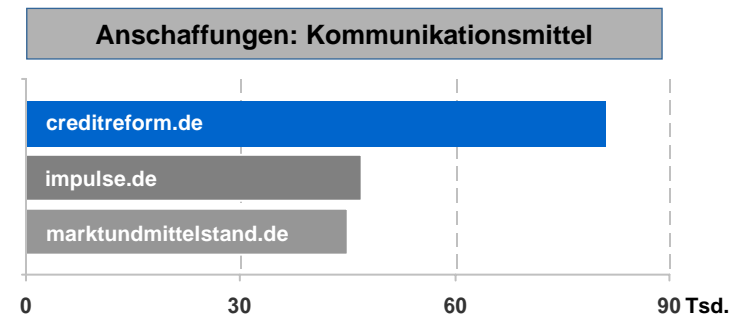
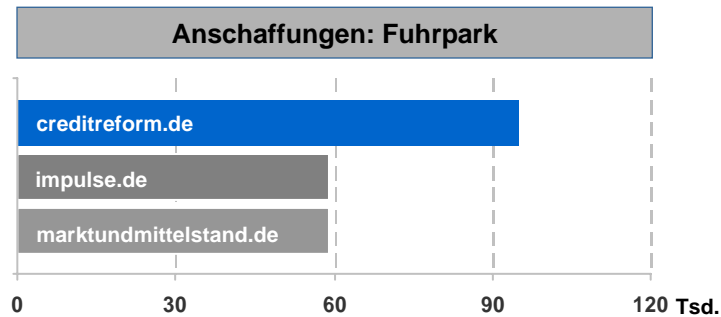
Creditreform.de besitzt im Umfeld der dargestellten Mittelstandsportale die höchste Anzahl an Entscheidern mit umfassenden Entscheidungskompetenzen. So erreicht Creditreform.de nahezu doppelt so viele User mit Entscheidungskompetenzen im Bereich Finanzen als impulse.de bzw. 1/3 mehr entscheidungskompetente User im Bereich IT oder PKW!



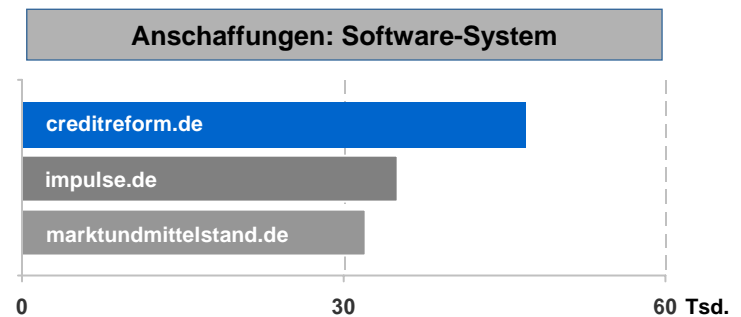
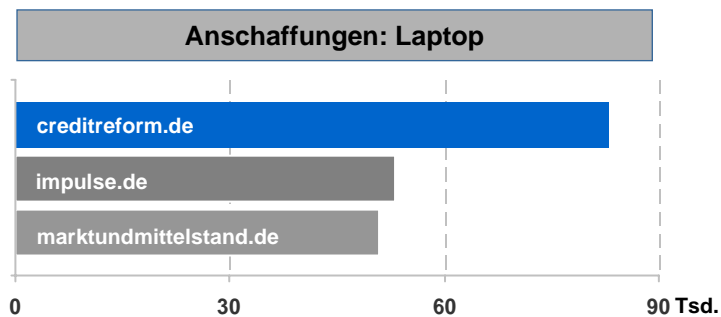
Ausgeprägte Investitionsabsichten



Creditreform.de-User planen umfassende Investitionen

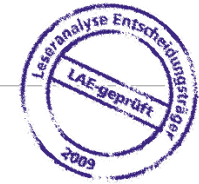


Creditreform.de besitzt für Ihren Mediaplan hohe Relevanz: Mit 95 Tsd. Entscheidern, planen über 1/3 mehr Creditreform.de-User Anschaffungen im Bereich Fuhrpark, als die User von impulse.de oder marktundmittelstand.de. Für Kommunikationsmittel wie Handy, PDA etc. erreicht Creditreform.de nahezu doppelt so viele Entscheider mit Anschaffungsplanungen.



Quelle: LAE 2009, Entscheider auf Basis Nutzer pro Monat, Anschaffung in den nächsten 12 Monaten geplant

Herausragende Userstrukturwerte



Starke Leistungsdaten für Ihren wirkungsvollen Mediaplan

Creditreform-Online stellt für Sie die ideale Plattform für effiziente Kontakte bei Geschäftskunden- oder SOHO-Kampagnen dar.



Werbemöglichkeiten Creditreform-Online

Preisliste Online-Werbeformen Creditreform 2010



Halfsize-Banner

Format: 234 x 60 Pixel, bis ca. 30 KB

Preis: 95 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 2.500 Pls pro Woche



Fullsize-Banner

Format: 468 x 60 Pixel, bis ca. 40 KB

Preis: 140 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 2.500 Pls pro Woche



Super-Banner (Bigsize-Banner, Cadillac-Banner)

Format: 728 x 90 Pixel, bis ca. 50 KB

Preis: 220 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 2.500 Pls pro Woche

Weitere Werbemöglichkeiten sind möglich. Diese besprechen wir gerne mit Ihnen persönlich.

Werbemöglichkeiten Creditreform-Online

Preisliste Online-Werbeformen Creditreform 2010



Medium Rectangle (Content Ad)

Format: 300 x 250 Pixel, bis ca. 50 KB

Preis: 1.280 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 12.500 Pls pro Woche
2.270 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 22.500 Pls pro Woche



Premium Rectangle (Content Ad)

Format: 400 x 400 Pixel, bis ca. 60 KB

Preis: 1.320 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 12.500 Pls pro Woche
2.315 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 22.500 Pls pro Woche



Skyscraper

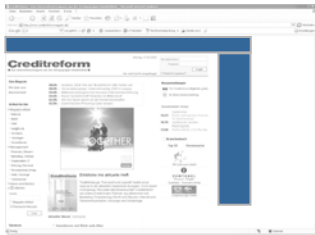
Format: 120 / 150 / 160 x 600 Pixel (alle Versionen möglich), bis ca. 50 KB

Preis: 1.265 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 12.500 Pls pro Woche
2.245 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 22.500 Pls pro Woche

Weitere Werbemöglichkeiten sind möglich. Diese besprechen wir gerne mit Ihnen persönlich.

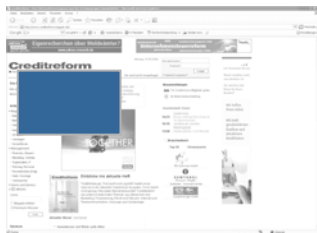
Werbemöglichkeiten Creditreform-Online

Preisliste Online-Werbeformen Creditreform 2010



Wallpaper (Hockey Stick)

Format: Fordern Sie bitte die Spezifikationen mit den techn. Angaben und Größen bei uns an.
Preis: 445 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 2.500 Pls pro Woche



Flash-Layer (Layer Ads, Floating PopUps)

Format: 400 x 400 Pixel (abweichende Formate auf Anfrage möglich), bis ca. 60 KB
Preis: 295 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.) für garantierte 2.500 Pls pro Woche



Logo Cursor

Ihr Logo erscheint in Form einer kleinen Fläche unterhalb des Cursors. Das Logo begleitet den Nutzer während des Navigierens mit der Maus und bleibt permanent im Blick.

Format: 50 x 50 Pixel (nur als GIF-Datei möglich), bis ca. 20 KB
Aufpreis: zur gebuchten Werbeform 100 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.)

Weitere Werbemöglichkeiten sind möglich. Diese besprechen wir gerne mit Ihnen persönlich.

Technische Angaben

- i Dateiformate**
Alle Werbeformen können als Bilddaten (GIF, JPEG), Redirects oder Flash-Dateien (SWF) übermittelt werden. Für Flash-Dateien fordern Sie bitte vor der Kreation Ihres Werbemittels unsere Spezifikationen „Flash-Banner / Flash-Layer“ an.
- i Datenanlieferung**
Bitte übermitteln Sie uns Ihr Werbemotiv 3 Werktage vor Schaltbeginn unter Angabe der gebuchten Website „Creditreform-Online“ per E-Mail an fz.online@fachverlag.de. Für Wallpaper berücksichtigen Sie bitte 5 Werktage.
- i Schaltzeitraum**
Die Mindestbelegung beträgt 1 Kalenderwoche, jeweils Montag 0:00 Uhr bis Sonntag 24:00 Uhr.
- i Unser Service: Kampagnentransparenz**
In den Schaltpreisen ist ein Leistungsnachweis über die im Buchungszeitraum erzielten Ad-Impressions und Ad-Clicks inbegriffen. Für Flash-Dateien fordern Sie bitte vorab unsere Spezifikationen an, um eine ordnungsgemäße Auslieferung und Zählung der Klicks auf Ihr Banner über unseren AdServer zu gewährleisten. AdServer: Doubleclick DART 5.
- i Rabatte**
Jeweils innerhalb eines Abschlussjahres gewähren wir ab 5.000 EUR Umsatz: 3%, ab 10.000 EUR: 5%, ab 15.000 EUR: 8%, ab 20.000 EUR: 10%, ab 25.000 EUR: 15%.
- i Zahlungsbedingungen**
Bei Vorkasse und Bankeinzug 2% Skonto. Innerhalb von 8 Kalendertagen nach Erscheinungstermin 1% Skonto. Innerhalb von 15 Kalendertagen nach Erscheinungstermin netto Kasse. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen MwSt.
Bankverbindung: Dresdner Bank AG, Konto 212665500, BLZ 300 800 00. USt-IdNr.: DE 814828360.

Crossmedia-Angebot

Steigern Sie die Kraft Ihrer Botschaft

Profitieren Sie auch digital von der hochkarätigen Zielgruppe von Creditreform und begleiten Sie diese parallel der sich verändernden Mediennutzung. Ergreifen Sie die Chance, die Online durch integrierte Lösungen und neue innovative Kommunikationsformen bietet. Ergänzen Sie Ihre monatliche Kommunikation in Creditreform-Print um schnelle Informationen im Webangebot – mit allen spezifischen Vorteilen der crossmedial vernetzten Werbung:

- » Ansprache neuer Zielgruppen
- » Erhöhung der Brutto-Reichweite
- » Steigerung des Werbedruckes
- » Effizienzsteigerung Ihrer Kommunikation
- » Erweiterung des Spielraums für innovative Konzepte
- » Stärkung der Werbewirkung



Atradius-Anzeige in Creditreform Print plus Skyscraper

Crossmedia-Angebot

Im Rahmen unserer Crossmedia-Fokussierung bieten wir Ihnen an, den Abschlussrabatt aus Print für Ihre Online-Werbung zu übernehmen oder die Online-Rabattstaffel heranzuziehen. Der im Abschlussjahr für Sie günstigere Rabatt für Onlineschaltungen wird gewährt. Eine Fortschreibung des Printrabattes durch die Onlineumsätze findet nicht statt. Die Übertragung des Online-Rabattes auf Print ist ausgeschlossen. Eine Belegung im gleichen Zeitraum ist nicht erforderlich.

Mehr faszinierende Details zu Crossmedia erfahren Sie auf unserer Website www.ad-on-line.de oder von uns persönlich. Wir beraten Sie sehr gerne!

Erfolgreiches Recruiting und Employer Branding

Kompetente Personalsuche mit Creditreform

Die Wirtschaftswelt ist kompliziert. An Top-Manager werden heutzutage höchste Anforderungen gestellt: exzellentes Fachwissen, Führungseignung, soziale Kompetenz. Die Creditreform-Zielgruppe besitzt diese wichtigen Qualitäten.

Nutzen Sie daher den direkten Zugang von Creditreform zu wertvollen Kandidaten für Ihre mittlere und obere Managementriege. Creditreform-Online bietet Ihnen für Ihre qualifizierte Bewerbersuche perfekte Voraussetzungen. Sichern Sie sich die Profis in allen kaufmännischen Aspekten!



Anzeige
VORWEG GEHEN
 Nutzen Sie die Chance, an einer nachhaltigen Kulturentwicklung mitzuarbeiten!
 In dieser Position unterstützen Sie den Leiter Veränderungsmanagement bei der Entwicklung der Unternehmenskultur der RWE Power AG. Im Vordergrund der Tätigkeit stehen die Konzeption, Durchführung und Evaluation von Gruppenprozessen sowie die Erarbeitung, Koordinierung und Durchführung von Kulturprojekten.
 Wir suchen zum nächstmöglichen Termin am Standort Köln für die RWE Power AG eine/n Referent/in Veränderungsmanagement.
 Mehr Details erfahren Sie hier

- ✓ Einfache Umsetzung
- ✓ Flexible Laufzeiten
- ✓ Schnelle Buchungsfristen
- ✓ Günstige Konditionen
- ✓ Umfangreicher Fullservice

Sie übermitteln uns Ihren Anzeigentext, ein Logo sowie den Link oder PDF-Datei mit der ausführlichen Stellenbeschreibung per E-Mail

Die Dauer Ihrer Anzeige definieren Sie, die Mindestlaufzeit beträgt nur 2 Wochen

Anzeigenschluss ist Mittwochnachmittag für die Onlineschaltung ab nächsten Montag

Für 2 Wochen kostet Ihre Anzeige nur 460 €*

Gestaltung nach Ihren Wünschen, Online-Stellung auf Creditreform, Auswertung nach Klicks (wird per E-Mail zur Verfügung gestellt)

Werbespecial: Microsite

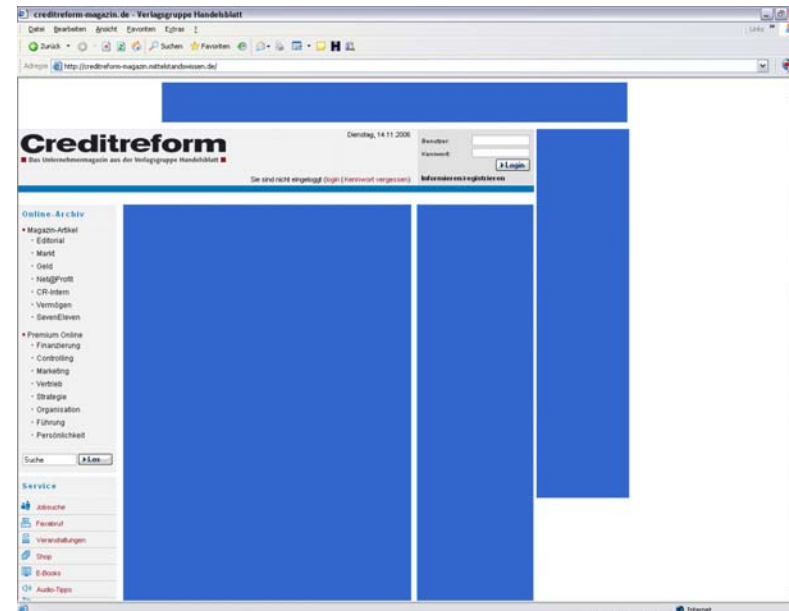
Unbegrenzte Möglichkeiten: Advertorials

Über komplexe Webseiten, die in das Layout von Creditreform-Online integriert sind, transportieren Sie individuell Ihre Botschaften und Markenwerte in umfangreichen Dimensionen. Microsites, auch Advertorials genannt, stellen ein geeignetes Werbemittel dar, um mehrere Kommunikationsziele mit einem hohen Effizienzgrad zu vereinen.

Paketbestandteile

- » Microsite als Advertorial im Look and Feel von creditreform-magazin.de
- » zur Verfügung stehen Ihnen innerhalb Ihrer Microsite folgende Module: Content-Bereich, Context-Spalte rechts, Bannerplätze am Kopf sowie der Skyscraper-Platz am rechten Rand sowie ein Promotion-Button auf der Homepage, der auf die Microsite hinweist
- » Preis: 3.105 EUR pro Monat zzgl. MwSt. inkl. Einrichtungsgebühr und techn. Sonderkosten
- » Mindestbelegung: 2 Monate
- » für zusätzliche Maßnahmen zur Unterstützung Ihrer Microsite über ergänzende Werbemittel im Webangebot von creditreform-magazin.de gewähren wir Ihnen einen Nachlass von 20 Prozent auf den Preislistenpreis

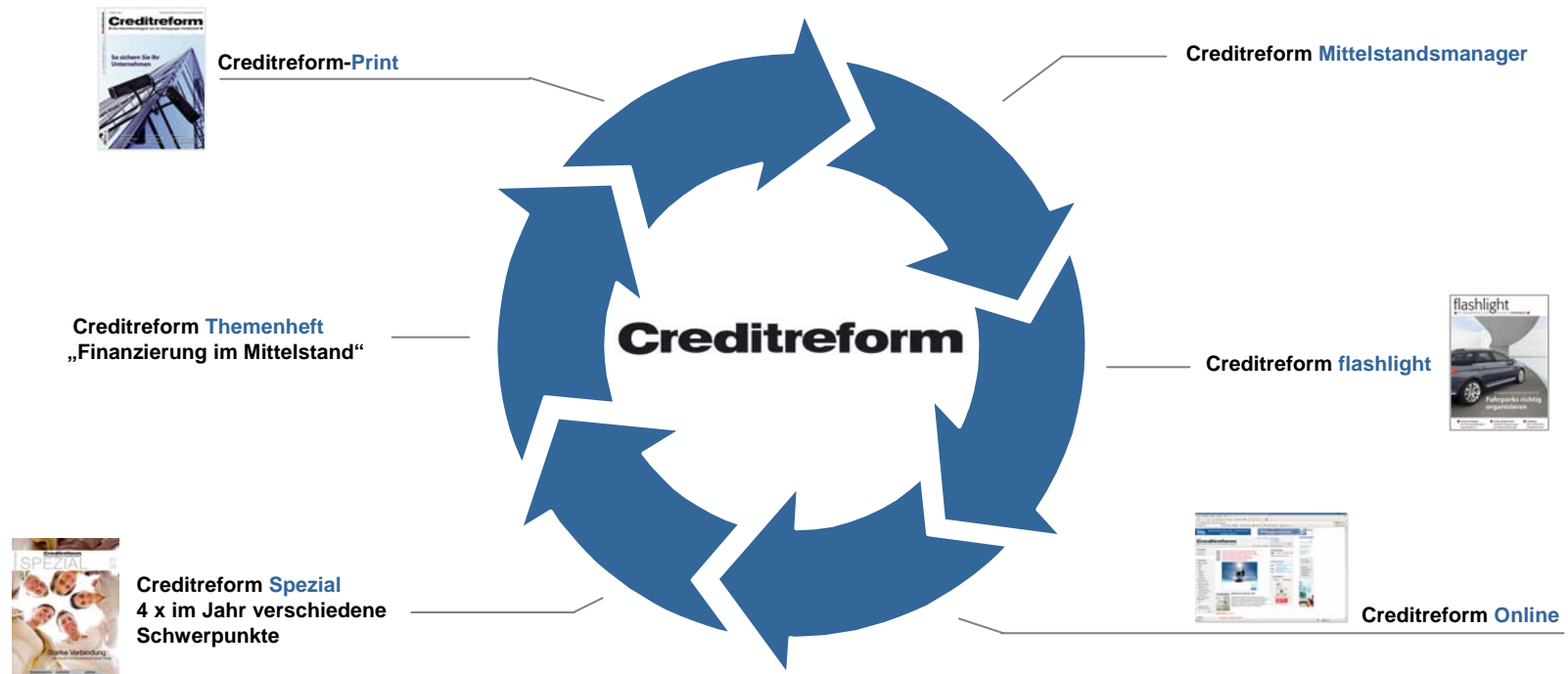
Fordern Sie die ausführlichen Unterlagen zu Advertorials an.



Starke Angebote von Creditreform Online + Print

Unsere Angebote für Ihre erfolgreiche Kommunikation

Mit professionellen Angeboten auf der Höhe der Zeit begegnet Creditreform den Erwartungen der Leser und Nutzer an die Qualität und Aktualität vertrauenswürdiger Medien – und bietet Ihnen attraktive Werbemöglichkeiten. Vernetzte Kommunikationslösungen und auf die Botschaft abgestimmte maßgeschneiderte Konzepte helfen Ihnen, mit Ihrer Zielgruppe in einen aktiven Dialog zu treten.



rundum B2B – das ad-on-line Portfolio

Starke Marken für starke Zielgruppen

ad-on-line ist Vermarkter hochwertiger Fachmedien im Internet. Als Unit des Fachverlages der Verlagsgruppe Handelsblatt fühlen wir uns dem bekannt hohen Qualitätsstandard verpflichtet. Mit Webangeboten von Fachmedien in den unterschiedlichsten Kompetenzfeldern bieten wir Ihnen die Plattform für eine spezialisierte Kommunikation im B2B-Bereich. Zum Portfolio gehören u.a.



absatzwirtschaft.de

Fach- und Führungskräfte in Unternehmensleitung, Marketing, Vertrieb, Produktmanagement und Kommunikation



DER-BETRIEB.de

Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Fachanwälte, Steuer-, Finanz- und Personalführungskräfte in den Unternehmen



Creditreform-Magazin.de

Alleininhaber/Mithaber, Geschäftsführer, Führungskräfte im Mittelstand



IFRS-Fachportal.de

Bilanzverantwortliche in Unternehmen, Finanzvorstände, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Kreditinstitute, Finanzanalysten, Hochschulen



KURSverlag.de

Selbstständige Finanz- und Versicherungsmakler, Anlageberater und Mehrfachagenten



PERSONAL-im-Web.de

Fach- und Führungskräfte in Personalabteilungen, Personalberater, Unternehmer und Führungskräfte mit Personalverantwortung

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien

1. Werbeauftrag

- (1) "Werbefauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.
- (2) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts (z.B. Banner-, PopUp-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.
- (3) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbemittel

- (1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
- aus einem Bild und/ oder Text, aus Tonfolgen und/ oder Bewegtbildern (u.a. Banner),
 - aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).
- (2) Soweit die Online-Werbung nicht offensichtlich als Werbung erkennbar ist, kann ad-on-line sie als solche kenntlich machen oder verlangen, dass dies gemacht wird, insbesondere mit dem Wort „Anzeige“ kennzeichnen und/ oder vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

3. Platzierung

ad-on-line wird das vom Auftraggeber zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Online-Werbung für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten AdImpressions (Aufrufe der Werbung) oder der vertraglich vereinbarten AdClicks (Anklicken der veröffentlichten Werbemaßnahmen) auf der vertraglich festgelegten Web-Seite platzieren. ad-on-line wird dem Auftraggeber über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten AdImpressions und/oder AdClicks in einem durch ad-on-line vorgegeben Format berichten. Maßgeblich sind insoweit die von ad-on-line über seinen Ad-Server ermittelten.

Sollten die vertraglich vereinbarten AdImpressions oder AdClicks schon vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit erreicht werden, werden sich die Parteien über eine Erhöhung der vereinbarten Vergütung oder eine vorzeitige Beendigung der Laufzeit einigen. Der Auftraggeber hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Online-Werbung an einer bestimmten Position der jeweiligen Web-Seite sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Web-Seite. Eine Umplatzierung der Online-Werbung innerhalb des vereinbarten Umfeldes ist möglich, wenn durch die Umgestaltung kein wesentlicher Einfluss auf die Werbewirkung der Online-Werbung ausgeübt wird.

4. Vertragsschluss

- (1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen können nicht als Wille zum Abschluss einer Individualvereinbarung gedeutet werden.
- (2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

5. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

6. Auftragsverweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziff. 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

7. Nachlasserstattung

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

8. Datenanlieferung

- (1) Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern.
- (2) Bei verspäteter oder unterlassener Anlieferung oder bei Bereitstellung eines nicht funktionsfähigen Werbemittels durch den Kunden und/oder die Agentur werden die Kosten für den gesamten gebuchten Zeitraum in Rechnung gestellt.
- (3) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.
- (4) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien

9. Chiffrewerbung

Chiffrewerbung ist ausgeschlossen.

10. Ablehnungsbefugnis

Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Anbieter unzumutbar ist. Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch ein Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

11. Rechtsgewährleistung

(1) Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

(2) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

12. Gewährleistung des Anbieters

(1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen.

Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/ oder -Hardware (z.B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern) oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

Fortsetzung 12. Gewährleistung des Anbieters

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt der Anbieter eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

(3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

13. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, auf Grund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hierüber informiert.

14. Haftung

(1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; in diesem Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.

(2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

15. Preisliste

(1) Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Nicht-Unternehmern, wenn der von der Änderung betroffene Auftrag nicht Teil einer Rahmenvereinbarung ist und nicht später als vier Monate nach Vertragsschluss ausgeführt werden soll. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien

Fortsetzung 15. Preisliste

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten. Die vom Anbieter gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber der Werbeagenturen und sonstige Werbemittler weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

16. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

17. Stornierung von Aufträgen

Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich bei ad-on-line eingehen. Bei einer Stornierung bis mindestens 10 Werktagen vor Schaltungsbeginn entstehen dem Auftraggeber keine Kosten. Eingehende Stornierungen innerhalb 10 Werktagen vor Schaltungsbeginn werden pauschal mit einer Bearbeitungsgebühr von 25% des Bruttobuchungsvolumens des jeweiligen Auftrages berechnet. Auch bei bereits angelaufenen Banner- bzw. Werbeschaltungen ist ein Stopp der Kampagne möglich. Der Auftraggeber zahlt dann den vollen Betrag des Bruttobuchungsvolumens. Diese Fristen sind separat auf jede gebuchte KW anzuwenden.

18. Informationspflichten des Anbieters

Soweit nichts anderes vereinbart ist, obliegt es dem Anbieter, die Zahl der Zugriffe auf das Werbemittel innerhalb von 10 Werktagen nach Ausführung des Auftrags für den Auftraggeber zum Abruf bereitzuhalten.

19. Datenschutz

(1) Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

(2) Der Anbieter ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des Auftraggebers auf Produktebene zur Veröffentlichung an Nielsen Media Research und/oder Unternehmen, die sich mit der Erhebung und Auswertung solcher Informationen beschäftigen, weiterzuleiten. Diese Daten werden seitens des/der Unternehmen aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

20. Erfüllungsort / Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.

Ist der Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

Stand: 14.03.2005

Kontakt

Beratung, Verkauf, Crossmedia-Pakete

Anne Forst
Anzeigenleitung
Tel.: 0211.887-1495
E-Mail: a.forst@fachverlag.de

Günter Lambertz
Crossmedia-Sales
Tel.: 0211.887-1499
E-Mail: g.lambertz@fachverlag.de

Marcel Schmidt
Crossmedia-Sales
Tel.: 0211.887-1488
E-Mail: m.schmidt@fachverlag.de

Reporting, Ad Management, Accounting

Inga Wildraut
Media Disposition
Tel.: 0211.887-1498
E-Mail: i.wildraut@fachverlag.de

Weitere Ansprechpartner

Danilo Engel
Referent New Business/Sales
Tel.: 0211.887-1509
E-Mail: d.engel@fachverlag.de

Sandro Cristofoli
Gesamtanzeigenleiter Fachverlag
Tel.: 0211.887-1480
E-Mail: s.cristofoli@fachverlag.de



Für mehr Informationen rund ums Online-Marketing besuchen Sie uns im Internet unter www.ad-on-line.de!