

## Mediadaten KURS Online 2010



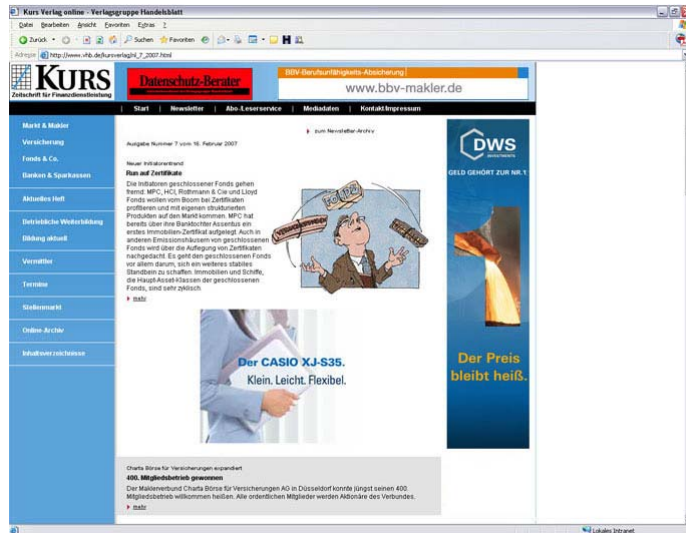
KURS-Online

Der Führer durch die Online-Welt  
der professionellen Finanzdienstleistung

[www.KURSVERLAG.de](http://www.KURSVERLAG.de)



## Titelportrait & Zielgruppe



### www.KURSVERLAG.de

ist die Online-Version zu KURS, dem Monatstitel für den gesamten Bereich der Finanzdienstleistungen aus Versicherungen, Kapitalanlagegesellschaften, Banken und Bausparkassen, Fonds & Co.

### Zielgruppe

Selbstständige Finanz- und Versicherungsmakler, Anlageberater und Mehrfachagenten in Niederlassungen und Filialdirektionen von Finanzdienstleistungsunternehmen

### Statistische Angaben

Gesamtzahl Visitors, die die Site im Laufe des Monats besuchten. Diese Anzahl umfasst Visits von neuen Visitors und erstmalige Visits in einem Monat von zurückkehrenden Visitors:	4.041
Neue Visitors diesen Monat: Unique User, die die Site in diesem Monat zum 1. Mal besuchten:	1.428
Page Impressions pro Monat (September 2009):	13.835
Durchschnittliche Dauer eines Site-Visits durch einen User:	2,38 Minuten

## Vorteile Ihrer Online-Werbung



Im Vergleich zu Print bietet Werbung im Internet andere Möglichkeiten: Bild, Ton und Animation verzahnen effektiv die multimedialen Möglichkeiten des Mediums und steigern die Aufmerksamkeit beim Nutzer. Durch die interaktive Gestaltung ist Internet-Werbung in der Lage, die üblichen „Hemmschwellen“ zu umgehen und Ihre potenziellen Kunden auf einen Klick über Leistung Ihres Unternehmens bzw. Produktes zu informieren.

Für spezielle Kampagnen kann Online in höherem Maße auf die Kommunikationsziele eingehen als ein klassischer Werbeträger. Transparenz, lückenlose Kontrolle und schnelle Optimierung der Kampagne, bereits während der Laufzeit, bieten Ihnen umfassende Steuerungsvarianten über wesentliche Parameter. Sie können feststellen, welche Reaktionen Ihre Werbung beim User erzielt, indem Sie Traffic und Klicks auswerten.

Werden Online-Banner themenbezogen platziert, ist die Werbewirkung vergleichbar mit platzgebundenen Inseraten in Printmedien. Der entscheidende Unterschied ist allerdings, dass Online-Werbung zur Zeit noch bedeutend weniger kostet als vergleichbare Inserate in Printmedien.

Die Wirkung von Online-Kampagnen wird häufig auf die Klickrate reduziert. Doch Online-Werbung erzielt nicht nur Response sondern auch Image- und Brandingeffekte, eine Steigerung der Markensympathie und des Markenwertes. Den Klick erhalten Sie im Gegensatz zu Print- oder Fernsehwerbung „on top“. Andere wichtige Bewertungskriterien einer Kampagne, wie z.B. die Recall-Leistung oder die Markenerinnerung des Nutzers können aus Klickraten nicht definiert werden.

... wie Sie sehen: Online-Werbung schafft beste Voraussetzungen für erfolgreiche Kampagnen, bei denen Sie vom derzeitigen Medien-nutzungsverhalten partizipieren.

Sie haben Fragen? Gerne stehen wir Ihnen zur Verfügung. Oder klicken Sie sich ein:

[www.ad-on-line.de](http://www.ad-on-line.de)

## Werbemöglichkeiten KURS-Website

### Preisliste Online-Werbeformen KURS 2010



#### Halfsize-Banner

Am Kopf der Seite positioniert, bietet der Halfsize-Banner gute Voraussetzungen für Kampagnen bei geringem Budgeteinsatz.

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

Preis: 100 EUR (Festpreis pro Woche für garantierte 2.500 Pls/KW; zzgl. MwSt.)



#### Fullsize-Banner

Im oberen Bereich von KURS attraktiv platziert, überzeugt der Fullsize-Banner durch vielseitige Möglichkeiten.

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

Preis: 150 EUR (Festpreis pro Woche für garantierte 2.500 Pls/KW; zzgl. MwSt.)



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

Prominent am Kopf des Webangebotes von KURS platziert, bietet der Super-Banner viel Raum für Ihre Botschaften. Diese großzügige Werbeform verschafft den Vorteil, dass Sie im oberen Bereich allein platziert werden und die bereits hohe Aufmerksamkeit sich weiter verstärkt.

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

Preis: 235 EUR (Festpreis pro Woche für garantierte 2.500 Pls/KW; zzgl. MwSt.)

## Werbemöglichkeiten KURS-Website

### Preisliste Online-Werbeformen KURS 2010



#### **Content Ad (Medium Rectangle)**

Das Content Ad bietet eines der besten Verhältnisse zwischen Kosten und Performance! Wir platzieren es für Sie direkt im Redaktionsbereich der Website. So profitieren Sie vom unmittelbaren Lesefluss der User – eine starke Beachtung für Ihre Werbebotschaft.

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

Preis: 225 EUR (Festpreis pro Woche für garantierte 2.500 Pls/KW; zzgl. MwSt.)



#### **Flash-Layer (Layer Ads, Floating PopUps)**

Layer Ads überlagern den redaktionellen Inhalt und erzielen maximale Aufmerksamkeit. Ideal als Responsemedium in paralleler Begleitung mit redaktionsnahen Werbeformen (Skyscraper, Content Ad) geeignet.

Format: 400 x 400 Pixel (abweichende Formate auf Anfrage möglich), bis ca. 60 KB

Preis: 310 EUR (Festpreis pro Woche für garantierte 2.500 Pls/KW; zzgl. MwSt.)



#### **Skyscraper**

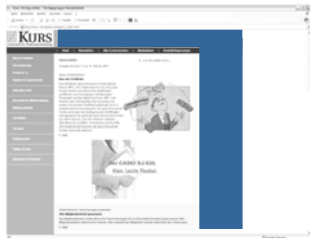
Am rechten Seitenrand positioniert, erobert der Skyscraper die Blicke der User direkt. Die großzügige Werbefläche bietet sehr viel Raum für zusätzliche Informationen, eignet sich hervorragend zur Markenbildung und weist eine hohe Performance auf.

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

Preis: 240 EUR (Festpreis pro Woche für garantierte 2.500 Pls/KW; zzgl. MwSt.)

## Werbemöglichkeiten KURS-Website

### Preisliste Online-Werbeformen KURS 2010



#### Wallpaper (Hockey Stick)

Wallpaper umrahmen großflächig den redaktionellen Inhalt. Aufgrund der exklusiven Platzierung und dominanten Erscheinung garantiert diese Werbeform höchste Aufmerksamkeit.  
Format: fordern Sie bitte die Spezifikationen mit den techn. Angaben und Größen bei uns an  
Preis: 435 EUR (Festpreis pro Woche für garantierte 2.500 Pls/KW; zzgl. MwSt.)



#### Footer

Der Footer ist eine attraktive neue Werbeform, dessen Position sich permanent am unteren Bildschirmrand befindet. Während des Lesens im Textverlauf nach unten wandert Ihre Werbung mit und bleibt immer im Blickfeld des Nutzers – und garantiert Ihnen hohe Beachtungswerte.  
Format: 468 x 60 Pixel (abweichende Formate auf Anfrage möglich), bis ca. 40 KB  
Preis: 185 EUR (Festpreis pro Woche für garantierte 2.500 Pls/KW; zzgl. MwSt.)

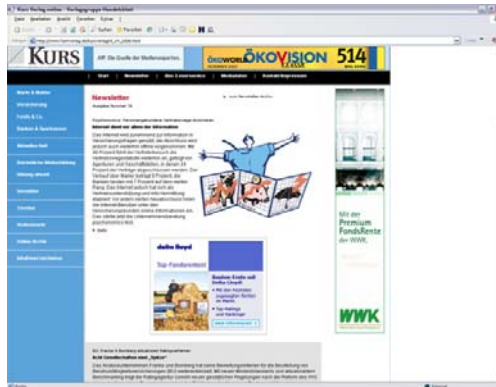


#### Logo Cursor

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: 58 EUR (Festpreis pro Woche, zzgl. MwSt.)

## KURS-Newsletter

Der KURS-Newsletter liefert den Abonnenten wöchentlich die wichtigsten Meldungen und News aus dem Finanzdienstleistungssektor: Markt & Makler, Fonds & Versicherungen sowie Banken & Sparkassen. Über 15 ausführliche Meldungen pro Ausgabe schaffen ein Umfeld von hohem Leserinvolverment für beste Anzeigenbeachtungswerte.



- » Erscheinungsweise wöchentlich, freitags früh
- » Laufzeit Ihre Anzeige steht 1 Woche online, bis zum Erscheinen der jew. neuen Newsletter-Ausgabe
- » Anzeigenschluss bis Mittwoch, 12 Uhr für die Onlineschaltung in der Ausgabe von Freitag. Banner-/Textanlieferung bitte zeitgleich an: [fz.online@fachverlag.de](mailto:fz.online@fachverlag.de)
- » Empfänger 3.204 Abonnenten (Stand: 23.10.2009)
- » Versandformat Text-E-Mail mit Link zum HTML-Newsletter

### Preise pro Newsletter-Ausgabe (zzgl. MwSt.):

Halfsize-Banner (234 x 60)	125 €
Fullsize-Banner <b>ausverkauft</b>	<del>152 €</del>
Bigsized-Banner (728 x 90)	265 €
Skyscraper (150 x 600)	270 €
Content Ad (300 x 250)	235 €
Textanzeige (ca. 10 Zeilen à 65 Zeichen - inkl. Link und Logo)	235 €

Weitere Anzeigenformate möglich – bitte fragen Sie diese bei uns an.

## Technische Angaben



### **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.



### **Datenanlieferung**

Bitte übermitteln Sie uns Ihr Werbemotiv 3 Werktage vor Schaltbeginn (für Newsletter zwei Werktage) unter Angabe der gebuchten Website „KURS-Online“ per E-Mail an [fz.online@fachverlag.de](mailto:fz.online@fachverlag.de).



### **Schaltzeitraum**

Die Mindestbelegung beträgt 1 Kalenderwoche, jeweils Montag 0:00 Uhr bis Sonntag 24:00 Uhr (Ausnahme Newsletter).



### **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.



### **Rabatte**

Jeweils innerhalb eines Abschlussjahres gewähren wir ab 1.270 EUR Umsatz: 5%, ab 2.550 EUR: 10%, ab 5.110 EUR: 15%, ab 12.780 EUR: 20%, ab 25.560 EUR: 25%.



### **Zahlungsbedingungen**

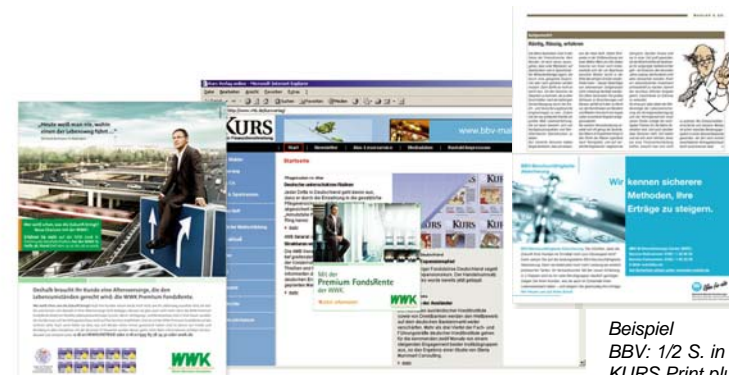
Bei Vorkasse und Bankeinzug 2% Skonto. Innerhalb von 8 Kalendertagen nach Erscheinungstermin 1% Skonto. Innerhalb von 15 Kalendertagen nach Erscheinungstermin netto Kasse. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen MwSt.  
Bankverbindung: Dresdner Bank AG, Konto 212665500, BLZ 300 800 00. USt-IdNr.: DE 814828360.

## Crossmedia-Angebot

### Steigern Sie die Kraft Ihrer Botschaft

Profitieren Sie auch digital von der hochkarätigen Zielgruppe von KURS 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 KURS-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



Beispiel  
 WWK: 1/1 S. in KURS Print  
 begleitet durch Layer Ad

Beispiel  
 BBV: 1/2 S. in  
 KURS Print plus Fullsize-Banner

### 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](http://www.ad-on-line.de) oder von uns persönlich. Wir beraten Sie sehr gerne!

# Erfolgreiches Recruiting und Employer Branding

## Kompetente Personalsuche mit KURS

Die Welt der Finanzbranche ist kompliziert. An Finanz- und Anlagevermittler werden heutzutage höchste Anforderungen gestellt: exzellentes Fachwissen, ein permanenter Marktüberblick, Beratungskompetenz. Die KURS-Zielgruppe besitzt diese wichtigen Qualitäten.



Nutzen Sie daher den direkten Zugang von KURS zu wertvollen Kandidaten für Ihre effiziente Personalsuche. Unabhängig ob für eine Festanstellung oder im Produktvertrieb auf Basis der Handelsvertretung – KURS-Online bietet Ihnen für Ihre qualifizierte Bewerbersuche perfekte Voraussetzungen. Sichern Sie sich die Profis für Ihren Vertrieb!

**Anzeige**

**KarstadtQuelle Finanz Service**

Nutzen Sie Liquiditätsgarantie und 50 Produktgeber zum Aufbau eines eigenen Bestandes!

Als Gemeinschaftsunternehmen der ERGO Versicherungsgruppe und der KarstadtQuelle AG sind wir für die Beratung und den Vertrieb von Finanzprodukten bei den rund 20 Millionen Kunden der KarstadtQuelle Gruppe zuständig. Im Zuge des erfolgreichen Ausbaus unseres Geschäftsmodells suchen wir engagierte, qualifizierte und akquisitionsstarke

**Vertriebspartner/innen**  
(§ 84 HGB)

- ✓ 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 450 €\*

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

Ihre Stellenanzeige auch in KURS-Print? Fragen Sie nach unserem Recruiting-Package.

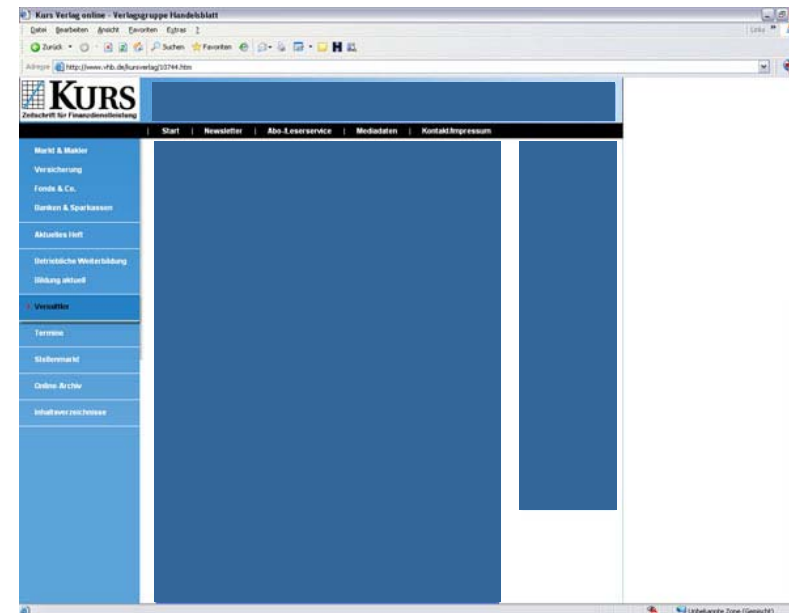
## Werbespecial: Microsite

### Unbegrenzte Möglichkeiten: Advertorials

Über komplexe Webseiten, die in das Layout von kursverlag.de 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 kursverlag.de
- » zur Verfügung stehen Ihnen innerhalb Ihrer Microsite folgende Module: Content-Bereich, Bannerplätze am Kopf sowie der Skyscraper-Platz am rechten Rand sowie ein Promotion-Button auf der Homepage, der auf die Microsite hinweist
- » Preis: 1.100 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 kursverlag.de gewähren wir Ihnen einen Nachlass von 20 Prozent auf den Preislistenpreis (bitte Verfügbarkeiten beachten)



## 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 Werbefauftritts (z.B. Banner-, PopUp-Werbung ...) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.
- (3) Für den Werbefauftrag 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 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

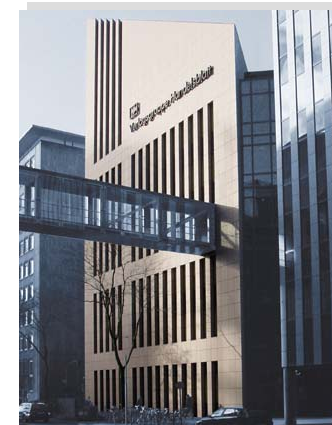
### Reporting, Ad Management, Accounting

Dr. Birgit Jahn  
Media Disposition  
Tel.: 0211.887-1503  
E-Mail: b.jahn@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](http://www.ad-on-line.de)!