

# Online Mediadaten

■ ■ ■ **2011/2012**

Preisliste Nr. 4      Gültig ab 01.10.2011

Profil	Seite	2
Benutzer-Strukturdaten	Seite	3
Display Werbemittel	Seite	5
Premium Werbeformate	Seite	6
Video, Newsletter, Themen-Newsletter	Seite	7
Advertorial	Seite	8
Premium Marke TOP50	Seite	9
Cross Media	Seite	10
Online Edition	Seite	11
Geschäftsbedingungen	Seite	12

## ■ Profil

### Frische Ideen für Ihren Erfolg: So begeistern wir für Ihre Marke

Watchtime.net ist das **hochklassige Portal für feine mechanische Uhren** im deutschsprachigen Raum. Neben der eigenständigen Online-Redaktion stehen hinter Watchtime.net die führenden Special-Interest-Magazine CHRONOS, UHREN-MAGAZIN sowie KLASSIKUHREN und damit **mehr als 30.000 Artikel aus der Welt der feinen Uhren.**

Watchtime.net bietet den **direkten Zugang zur Kernzielgruppe der an mechanischen Uhren Interessierten** und dies in einem attraktiven Umfeld zur optimalen Produkt-Präsentation. Durch die vertikale Struktur werden die **potenziellen Uhren-Käufer schnell, effizient und mit einer 100%-igen Trefferquote ohne Streuverluste** erreicht.

Mit der **weltweit am bestvernetzten** und **umfassendsten Uhren-Datenbank** stellt Watchtime.net seinen Besuchern **wichtige kaufvorbereitende Informationen kostenfrei zur Verfügung.**

### Watchtime.net das Uhren-Portal von:

**Chronos**  
DIE GANZE WELT DER FEINEN UHREN

**UHREN**  
MAGAZIN

**KLASSIKUHREN**  
Faszination Technik · Szene · Markt · Auktionen

### Zahlen

**Besuche/Visits:** 154.766 mtl.

**Seitenaufrufe/Page Impressions:** 630.595 mtl.

Quelle: IVW, Oktober 2011



## ■ Ansprechpartner

### IHR ZIEL, UNSERE LÖSUNG, IHR ERFOLG



#### Michael Albus

Online Marketing und Beratung

Tel. 0731/1520-170

Fax 0731/1520-961

E-Mail: [albus@ebnerverlag.de](mailto:albus@ebnerverlag.de)

#### Katharina Möschl

Online Redaktion

Tel. 0731/1520-147

Fax 0731/1520-171

E-Mail: [moeschl@ebnerverlag.de](mailto:moeschl@ebnerverlag.de)



#### Martin Metzger

Verlagsleiter

Tel. 0731-1520-132

E-Mail: [metzger@ebnerverlag.de](mailto:metzger@ebnerverlag.de)



#### Anschrift Verlag

Ebner Verlag GmbH & Co. KG

Karlstraße 41

89073 Ulm

Postfach 30 60

89020 Ulm

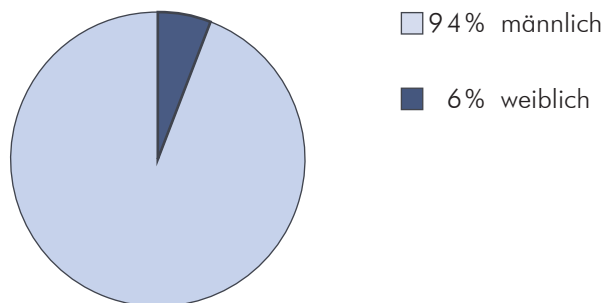
## Benutzer-Strukturdaten

### Information

Mit der aktuellen User-Befragung bietet Watchtime.net für die Mediaplanung eine wichtige Unterstützung. Dabei repräsentiert die Umfrage stark untermauerte Trends als Ergebnis und ermöglicht eine präzise und detaillierte Beschreibung der Besucher. Die Befragung ist zur besseren Vergleichbarkeit angelehnt an die Standards der AGOF.

### Geschlecht

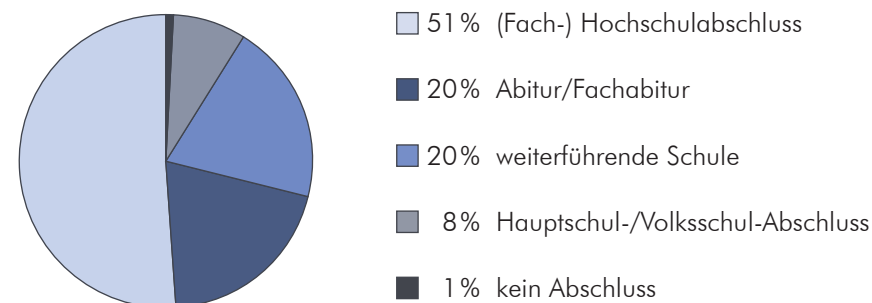
Die mechanische Uhr wird hauptsächlich von Männern gekauft. Nicht überraschend ist daher, dass die Besucher der Website fast ausschließlich Männer sind.



Quelle: User-Befragung Watchtime.net, Netigate 09/2011, Gesamtteilnehmer: 614.

### Bildungsabschluss

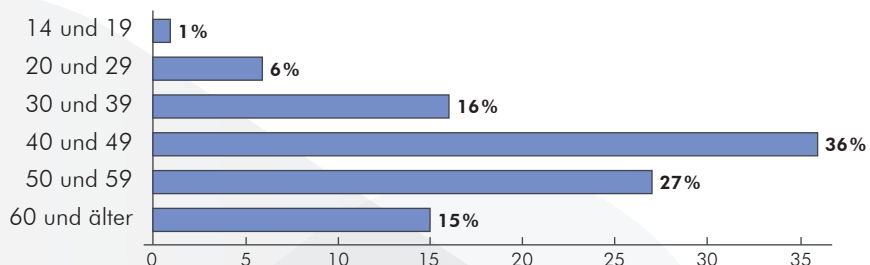
Die Besucher haben ein absolut überdurchschnittliches Bildungsniveau. Jeder zweite hat einen (Fach-) Hochschulabschluss, über 70% haben Abitur/Fachabitur.



Quelle: User-Befragung Watchtime.net, Netigate 09/2011, Gesamtteilnehmer: 614.

### Alter

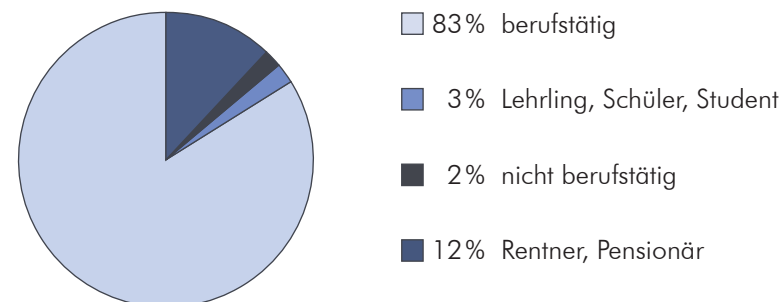
Watchtime.net erreicht sowohl die jüngere an mechanischen Uhren interessierte Zielgruppe und damit zukünftige Käuferschichten als auch „Männer im besten Alter“ (Zweidrittel der Besucher).



Quelle: User-Befragung Watchtime.net, Netigate 09/2011, Gesamtteilnehmer: 614.

### Berufstätigkeit

Weit über 80% der Besucher und damit vier von fünf Besuchern sind berufstätig.

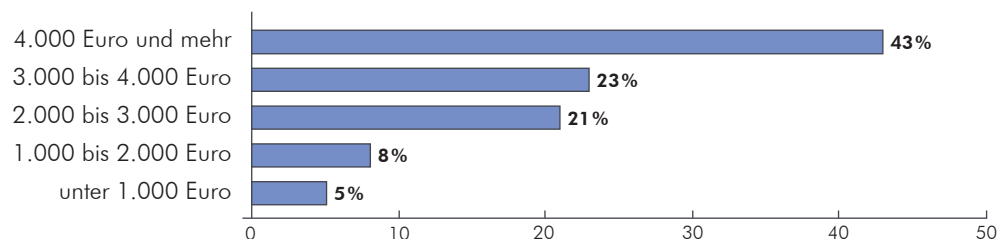


Quelle: User-Befragung Watchtime.net, Netigate 09/2011, Gesamtteilnehmer: 614.

## ■ Benutzer-Strukturdaten

### Haushaltsnettoeinkommen

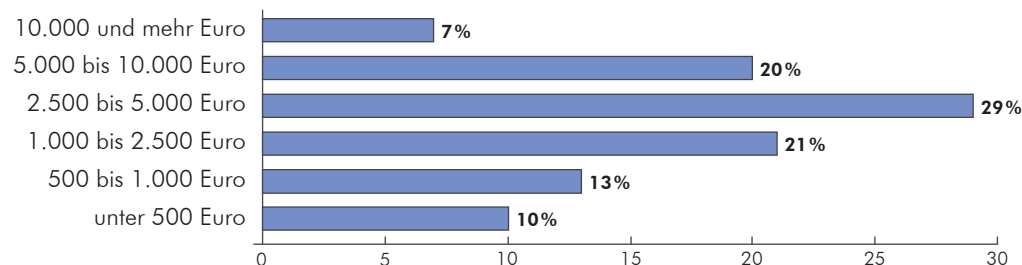
Die Besucher weisen ein absolut überdurchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen auf: Jeder Zweite hat ein Haushaltsnettoeinkommen von 4000 EUR und mehr zur Verfügung. Im Vergleich zur Gesamtzielgruppe der Online-Nutzer verfügen mehr als doppelt so viele Besucher von Watchtime.net über ein Haushaltsnettoeinkommen von 3000 EUR und mehr (Quelle: AGOF Internet Facts 2011-07).



Quelle: User-Befragung Watchtime.net, Netigate 09/2011, Gesamtteilnehmer: 601.

### Ausgabebereitschaft für eine neue Armbanduhr

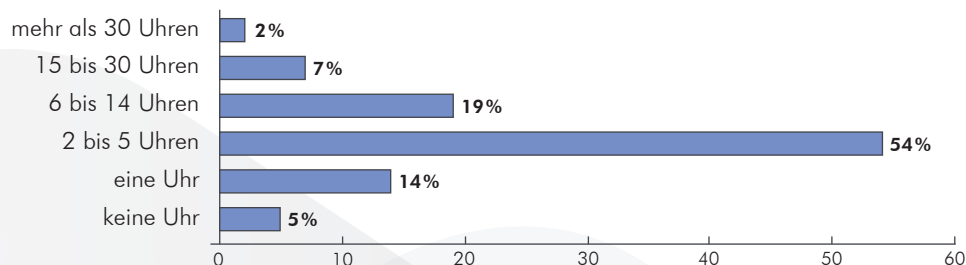
Watchtime.net erreicht Uhren-Käufer aller Preislagen. Jeder Zweite ist bereit, zwischen 2500 Euro und 10000 Euro für eine neue Armbanduhr zu bezahlen, fast jeder Zehnte ist bereit, eine Uhr der absoluten Luxusklasse zu kaufen.



Quelle: User-Befragung Watchtime.net, Netigate 09/2011, Gesamtteilnehmer: 645.

### Besitz von Armbanduhren über 250 Euro Neupreis

Die überwiegende Zahl der Besucher (mehr als 80%) besitzt mehrere Uhren über 250 Euro Neupreis. Jeder Dritte besitzt mehr als fünf Uhren über 250 Euro Neupreis und ist damit ausgewiesener Uhren-Kenner.



Quelle: User-Befragung Watchtime.net, Netigate 09/2011, Gesamtteilnehmer: 647.

## ■ Display Werbemittel / Banner

### Rotation

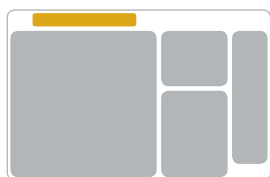
Der Banner erscheint im entsprechenden Zeitraum genau so oft wie vereinbart und **garantiert** (Anzahl Ad Impressions). Bei den darüber hinausgehenden Seitenaufrufen (Page Impressions) können auf der gebuchten Platzierung andere Banner ausgeliefert werden. Somit besteht die Möglichkeit, dass auf einer Position mehrere Motive wechselnd erscheinen können.

### Sonderwerbemöglichkeiten

Sonderwerbemöglichkeiten (z.B. OTP-Formate) auf Anfrage.

- Expandable Formate jeweils +20% des jeweiligen TKP
- Alle Bannerformate bis max. 50 KB, Format SWF, JPG oder GIF, Werbemittelanlieferung spätestens 5 Tage vor Ersteinrichtung des Werbemittels, bitte bei Flash Formaten ein Ausfall-GIF oder -JPG mitliefern.

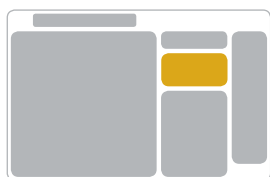
\*) Tausend-Kontakt-Preis (TKP): Preis für 1.000 Auslieferungen (Ad Impressions) in der Rotation, Auslieferung über die gesamte Website (run-on-site)



#### Full-Size Banner

468x60 Pixel

TKP\*: 59,-- €



#### Feature Box

max. 300x150 Pixel

TKP\*: 69,-- €

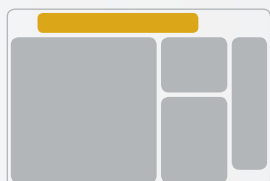


#### Content Ad

(Medium Rectangle)

300x250 Pixel

TKP\*: 79,-- €

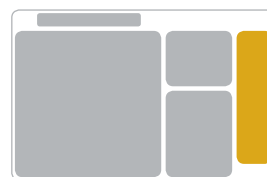


#### Superbanner

(Leaderboard)

728x90 Pixel

TKP\*: 79,-- €

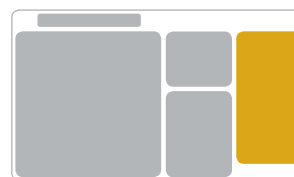


#### Skyscraper

120x600 Pixel oder

160x600 Pixel

TKP\*: 89,-- €

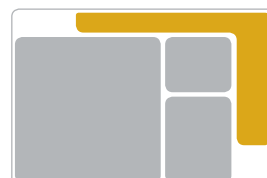


#### Big-Sized Skyscraper

(Half Page Ad)

300x600 Pixel

TKP\*: 94,-- €



#### Hockeystick

(Superbanner u. Skyscraper)

728x90 + 160x600 Pixel

TKP\*: 109,-- €



#### Wallpaper

(Hockeystick u. Einfärbung der Web-Site)

728x90 + 160x600 Pixel

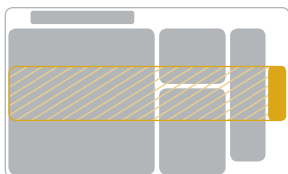
TKP\*: 139,-- €

## ■ Premium Display Werbeformate (Premium Ad Package)

### Rotation

Der Banner erscheint im entsprechenden Zeitraum genau so oft wie vereinbart und **garantiert** (Anzahl Ad Impressions). Bei den darüber hinausgehenden Seitenaufrufen (Page Impressions) können auf der gebuchten Platzierung andere Banner ausgeliefert werden. Somit besteht die Möglichkeit, dass auf einer Position mehrere Motive wechselnd erscheinen können.

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



### Banderole Ad

(automatisches Schließen nach 15 sek.)

770x250 Pixel

TKP\*: 139,-- €

Frequency Capping 1/ Session im Expandable Format



### Push Down Ad

(automatisches Schließen nach 10 sek.)

max. 950x90 Pixel (geschlossen)

max. 950x300 Pixel (geöffnet) TKP\*: 149,-- €

Frequency Capping 1/ Session im Expandable Format

## ■ Premium Werbeformen

### 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.



### Michael Albus

Online Marketing und Beratung

Tel. 0731/1520-170

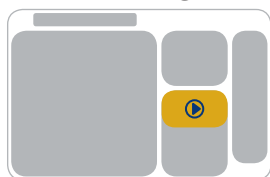
Fax 0731/1520-961

E-Mail: [albus@ebnerverlag.de](mailto:albus@ebnerverlag.de)

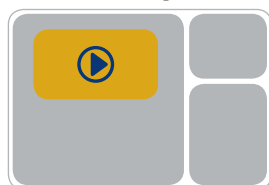
## ■ Video

Das Video-System von Watchtime.net liefert das Video für den Besucher der Web-Site in der bestmöglichen Qualität aus. Dadurch wird das Video ohne Unterbrechung gezeigt, was die Abbruchquote deutlich reduziert und die Wertigkeit des Produktes perfekt unterstreicht.

### Online Magazin



### Im Videoportal



### Preise in Rotation

Laufzeit mind. 1 Monat,

Medienleistung von garantiert mindestens 40.000 Ad-Impressions.

Preis: 1200,--€ / Monat

### Preise für die exklusive Darstellung

1 Woche	500,-- €
2 Wochen	950,-- €
3 Wochen	1.400,-- €
4 Wochen	1.800,-- €

### Technische Details für Video-Anlieferung

<b>Media</b>	Bevorzugt und empfohlen MPEG 4 (H.264), bestmögliche Qualität, andere Formate möglich.
<b>Dateigröße</b>	max. 100 MB
<b>Dauer</b>	0,5 bis max 1,5 Minuten

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

## ■ Newsletter

Die Watchtime.net Newsletter-Abonnenten erhalten im wöchentlichen Rhythmus ihr persönlich gewünschtes Update zur Welt der mechanischen Uhren. Einmalige Aussendung mit **garantiert 17.000 + X Abonnenten**. (Stand September 2011)

### Oberes Drittel



### Seitenmitte



Pro Woche:	650,-- €	520,-- €
Ab 3 Wochen:	590,-- €	450,-- €

**Werbemittel** Text und Bild oder Banner

**Text-Format** maximal 450 Zeichen inklusive Überschrift

**Banner-Format** 468x60 Pixel bis 500x200 Pixel  
JPG oder GIF-Banner (statisch oder animiert)

**Dateigröße** max. 50 KB

## ■ Themen-Newsletter

Mit dem Sonder-Newsletter schafft Watchtime.net ein Themenumfeld für die optimale Platzierung von Informationen. Die Performance dieser Sonderwerbform ist dabei absolut überdurchschnittlich.

### Themen für 2012:

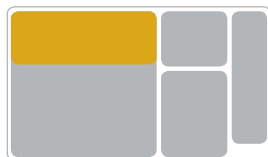
- Uhren mit Zeitzeonenindikation
  - Retro-Uhren
  - Chronographen
  - Astronomische Komplikationen
  - Taucheruhren
  - Fliegeruhren
  - Damenuhren
- (Preise und Termine auf Anfrage)

! Bitte beachten Sie: Animierte GIF-Dateien werden ab Outlook 2007 nicht mehr animiert dargestellt.

## ■ Advertorial

### Die Textmeldung mit Bild in Top Positionierung.

Beide Advertorials sind exklusive und sehr wirkungsstarke Positionen. Die Leseraten der Advertorials sind bei beiden Positionen absolut überdurchschnittlich. Eine Buchung dieser redaktionellen Marketing-Möglichkeiten ist abhängig von der Verfügbarkeit der Positionen.



### Top Thema

- Top-Positionierung auf der Startseite
- Die Kommunikation ist die Headline des Online-Magazins
- Aufmerksamkeitstarke Inszenierung durch Slider-Elemente
- AdImpressions Teaser: Minimum 8000 pro Woche

**Preis:** 150,- € pro Tag

Mindestbuchungszeitraum: 5 Tage

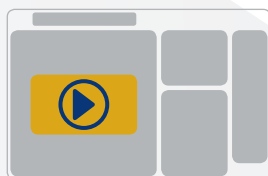


### Hotspot

- Der Hotspot für die aktuellen Modelle
- Top-Positionierung auf Startseite und allen Seiten des Online-Magazins
- Hohe Awareness - lang anhaltende Wirkung

**Preis:** 600,- € pro Kalenderwoche

### Kombinieren Sie:



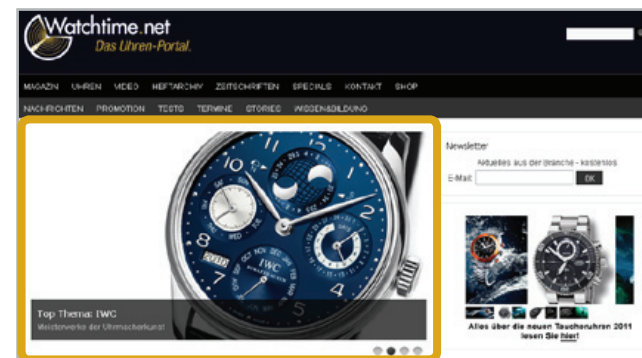
### Video

integriert in Hotspot/Top Thema und im Videoportal

**Preis:** 250,- € pro Integration



- Anlieferung der Werbemittel: mind. 5 Tage vor Ersteinrichtung des Werbemittels.
- Die angelieferten Texte werden redaktionell für das Medium aufbereitet. Geringfügige Änderungen sind dadurch möglich.



■ Screen Top Thema



■ Screen Hotspot

## ■ Premium Marke TOP50

### Der Premium Eintrag in die Uhren-Datenbank!

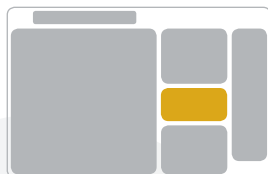
Die Darstellung führender Uhren-Marken in der weltgrößten vernetzten Uhren-Datenbank. Profitieren Sie von der Suchmaschinen-Positionierung von Watchtime.net und machen Sie Ihre Modelle sichtbar.

- Feature für Ihre Marke und Modelle auf einer der meistbesuchten Seiten von Watchtime.net: Der Startseite der Uhren-Datenbank
- Bis zu 50 aktuelle Modelle in der Datenbank
- Full Service das ganze Jahr - flexible Anpassung an die aktuellen Verkaufsziele
- Die gesamte aktuelle Verkaufskollektion in der Uhren-Datenbank
- Dynamischer Schaufenster-Banner im Online-Magazin für optimalen Traffic und Sichtbarkeit

**Preis:** 200,- € pro Monat (Mindestbuchungszeitraum: 12 Monate)

### Kombinieren Sie!

Die Feature Box sorgt für eine bestmögliche Sichtbarkeit Ihrer Marke und Modelle. Machen Sie Ihre Marke zur „Marke der Woche“.



#### Feature Box

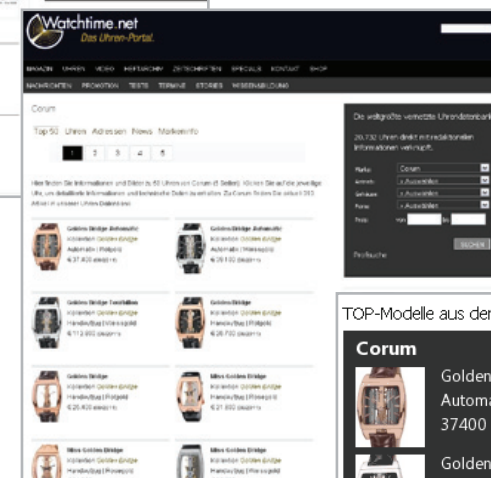
max. 300x150 Pixel

TKP\*: 69,- €

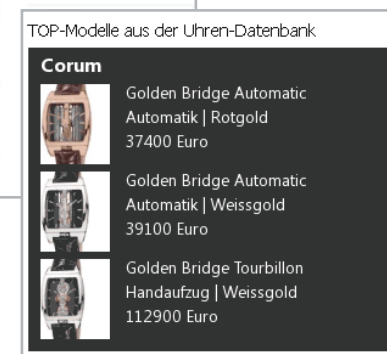
**Steigern Sie die Sichtbarkeit für Ihre Marke und Modelle um mind. 30%\*!**



■ Startseite



■ Schaufenster



■ Feature Banner

\* Erfahrungswerte der bisherigen Premium-Marke Kooperationen.

## ■ Cross Media

**Werben Sie crossmedial und holen Sie Ihre Kunden dort ab, wo diese sich informieren!**

### Print + Online:

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

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

Verkaufte Auflage der Magazine:	<b>25.910 Exemplare *</b>
Besuche www.watchtime.net:	<b>154.766 Visits **</b>

\* lt. IVW 03/2011, \*\* Oktober 2011 lt. IVW

- Mit beiden Kanälen den Wiedererkennungswert Ihrer Marke und Ihrer Produkte in der Zielgruppe nachhaltig 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.

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



## ■ Online-Edition

### Online Edition 2013 – das Zusatzangebot für Ihr Premium-Advertorial

Das crossmediale Special als optimale Reichweitenverlängerung zur gedruckten Ausgabe der Chronos Edition.

#### Unsere Leistung:

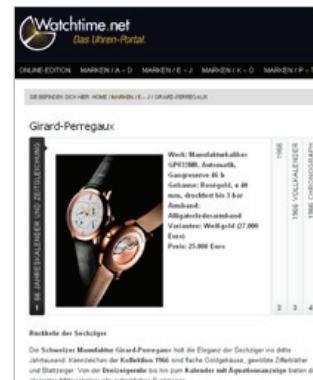
- Aufmerksamkeitsstarke Bewerbung der Online-Edition während der gesamten Laufzeit von einem Jahr.
- Multimediale Inszenierungsmöglichkeiten ergänzen die Premium Darstellung
- Suchmaschinenoptimierte Umsetzung aller Materialien
- Exklusives Themenumfeld mit langer Laufzeit

#### Chronos Edition



Text & Bild-Integration

#### Online-Edition



- Suchmaschinenoptimiert
- Multimedial aufbereitet

#### ePaper für Herren und Damen

Bereits in den vergangenen Jahren hat Watchtime.net das erfolgreiche Format ePaper für die hochwertige Produktpräsentation von feinen mechanischen Uhren etabliert. Aufgrund der großen Aufmerksamkeit für die Produkte wird Watchtime.net auch im Jahr 2012 wieder mindestens zwei ePaper anbieten.

#### Herrenneuheiten 2012 – Start zur Baselworld 2012



Auch als iPad Ausgabe

#### myTime – Die schönsten Damenuhren – Start zur MunichTime 2012



Auch als iPad Ausgabe

#### Weitere Themenfelder und Sonderpublikationen für 2012:

- Das Taucheruhren-Special zur Sommerzeit
- Fliegeruhren – abheben zu den schönsten Zeitmessern
- Autos und Uhren – exclusives Special der aufregendsten Männerspielzeuge

# ■ Allgemeine Geschäftsbedingungen für Online-Werbung

## 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 Werbetaufträge.

**1.2** Für alle Vertragsverhältnisse zwischen dem Verlag und dem werbungstreibenden Vertragspartner (nachfolgend „Kunde“ genannt) über die Schaltung von Werbetaufträgen 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 Video- und/oder Ton- 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, Sponsorings, 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** „Werbetauftrag“ ist der Vertrag über die Schaltung eines Online-Werbemittels bzw. sonstige Leistungen zum Zwecke der Verbreitung durch den Verlag.

## 3. Vertragsabschluss

**3.1** Ein Werbetauftrag 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 (Werbeagentur) kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande. Soll ein Werbungstreibender Kunde werden, muss dieser von der Agentur namentlich benannt 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 vertretender 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 Rechteeinräumungen 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 Beiträge.

## 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 Vorziffer 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 Zahlungspflicht 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, Rückpflicht 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 (Rügepflicht). 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 Werbetauftrag gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste des Verlags. Preisänderungen sind zulässig, wenn zwischen Vertragsabschluss und vereinbarter Erstschaltung 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 Werbetaufträge erforderlich sind. Eine weitergehende Verwertung durch den Kunden bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlags.

## 9. Zahlungsbedingungen, Voraussetzungen, 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. Rechteeinräumung 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 Leistungsschutzrechte. 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 Aufenthalt 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.