

MEDIADATEN

Wind und Solar Gold **Firstfive** Euro-Krise



online
2012

ONLINE WERBUNG:

Lisa Krüger

Telefon: +49 (40) 40 19 99 - 56
krueger@dasinvestment.com



VERLAG:

Fonds & Friends Verlagsgesellschaft mbH
Goldbekplatz 3-5
D-22303 Hamburg
Postfach 13 07 71
20107 Hamburg

Telefon: +49 (40) 40 19 99 - 50
Telefax: +49 (40) 40 19 99 - 60

info@dasinvestment.com
www.dasinvestment.com

INHALT

Überblick

Über DAS INVESTMENT.com	3
Preise und Formate	4

Display - Werbung

Bannerformate im Überblick	5
Bannerformate im Fokus	6

Newsletter - Werbung

DAS INVESTMENT daily	7
Stand Alone Newsletter	8
DER FONDS	9

Special - Advertising

Themen-Specials	10
eBooklets	11

AGB Online	12
------------	----

ÜBER DAS INVESTMENT.COM

Relevanz: Lesen & Entscheiden

Finanzprofis und erfahrene Privatanleger finden auf DAS INVESTMENT.com Finanznachrichten, Hintergründe und Produktanalysen, die sie für ihre regelmäßigen Investmententscheidungen benötigen.

79% der Finanzprofis, die DAS INVESTMENT.com nutzen, geben an, auf der Webseite regelmäßig wertvolle Informationen für ihren beruflichen Alltag zu erhalten.

47% dient die Webseite sogar häufig oder sehr häufig als wichtige Entscheidungsgrundlage.

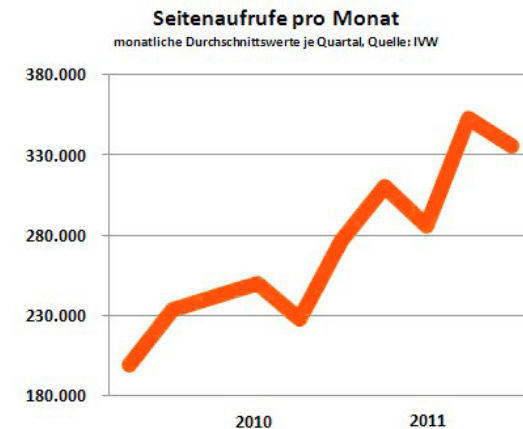
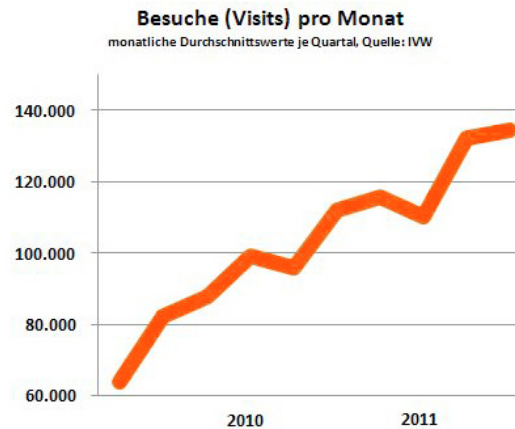
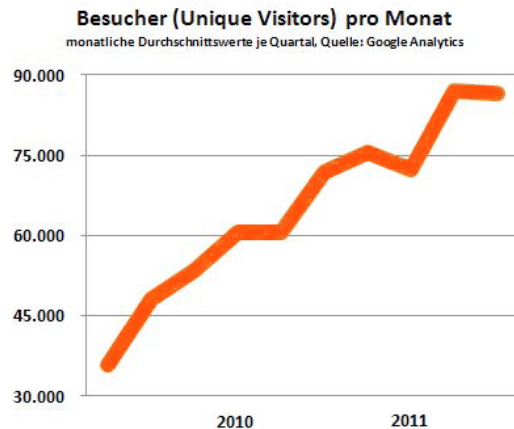
Unsere Leserschaft, Ihre Kernzielgruppe

Finanzprofis:

- Anlageberater
- Versicherungsvermittler
- Vermögensverwalter
- Institutionelle Investoren
- Family Offices

und selbstständig handelnde Privatanleger

Seitenaufrufe, Visits & Unique Visitors



PREISE* & FORMATE

DISPLAY	Standardformate	Format (in Pixel)	Rubrik TKP in €	Rotation TKP in €	Infos
	Superbanner	728 x 90	60	49	Seite 5
Skyscraper	120 (max. 200) x 600	70	55	Seite 5	
Wallpaper	728 (max. 1002) x 90, 120 (max. 200) x 600	110	89	Seite 5	
Medium Rectangle oben	300 x 250	90	75	Seite 5	
Medium Rectangle mitte	300 x 250	45	35	Seite 5	
Half Page Ad	300 x 600	110	89	Seite 5	
Sonderformate					
Format (in Pixel)	Rubrik TKP in €	Rotation TKP in €	Infos		
Superbanner Content	621 x 90	70	55	Seite 5	
Superbanner Premium	621 x 140	90	69	Seite 5	
Superbanner Branding	970 x 220	110	89	Seite 6	
Skyscraper Content	200 x 600	90	75	Seite 5	
Content Teaser	621 x 50	90	75	Seite 6	
Flash-Layer	400 x 400	120	95		
VideoAd	auf Anfrage	120	95		

Tandem Ads, Banderole Ads und weitere Werbeformen auf Anfrage

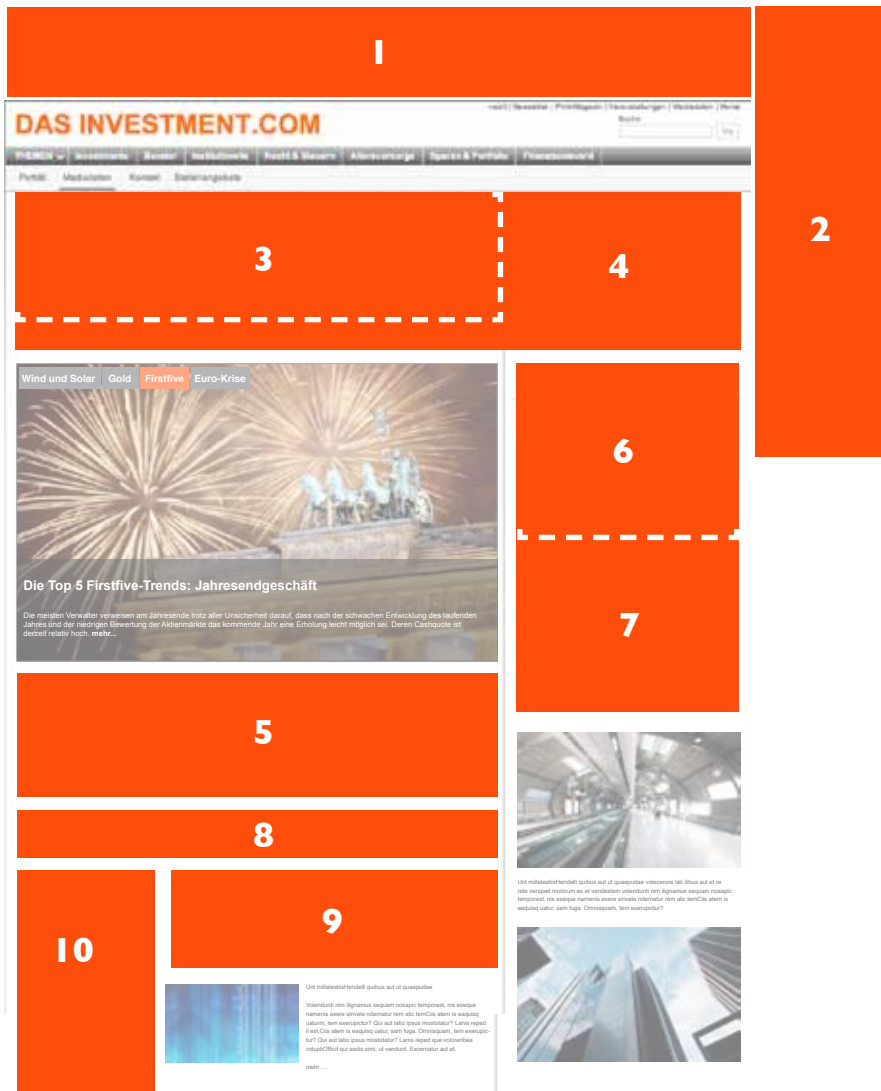
Redaktionelle STANDARDS	Werbeformen	Format	Preis (TKP) in €
	Kombi - Button	Text, Bild & Link im Look & Feel der Artikel Teaser Bild 130 x 80 Pixel, Überschrift max. 40 Zeichen, Text/Teaser max. 250 Zeichen, Link max. 40 Zeichen (Zeichenangabe inkl. Leerzeichen)	110
Online-Advertorial	auf Anfrage	auf Anfrage	

NEWSLETTER	Newsletter	Abonnenten	NL-Format	Frequenz	Preis in €	Infos
	DAS INVESTMENT daily	8.500	HTML	börsentäglich	ab 800 / KW	Seite 7
Stand Alone Newsletter	8.500	HTML	nach Absprache	ab 2.500	Seite 8	
DER FONDSD	6.000	PDF	2-wöchentlich	ab 650	Seite 9	

SPECIALS	Werbeform	Kurzbeschreibung	Infos
	Themen - Special	Ihr Thema/Produkt als Onl.-Themen-Special, inkl. Medialeistung & vollen Nutzungsrechten	Seite 10
eBooklets	Ihr Thema/Produkt als B2C-Online Magazin, für Ihre Vertriebspartner personalisiert	Seite 11	

*Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

BANNERFORMATE IM ÜBERBLICK



SUPERBANNER	1
Format: 728 x 90 px	
SKYSCRAPER	2
Format: 200 x 600 px	
WALLPAPER	1+2
Format: 728 (max. 1002) x 90, 120 (max. 200) x 600 px	
Hintergrundeinfärbung möglich	
SUPERBANNER Premium	3
Format: 621 x 140 px	
SUPERBANNER Branding	4
Format: 970 x 220 px	
SUPERBANNER Content	5
Format: 621 x 90 px	
MEDIUM RECTANGLE	6
Format: 300 x 250 px	
Wahlweise Platzierung oben (sichtbarer Bereich) oder in der Mitte	
HALF PAGE AD	7
Format: 300 x 600 px	
CONTENT TEASER	8
Format: 621 x 50 px	
KOMBI-BUTTON	9
Format: im Look & Feel der Artikel-Teaser	
SKYSCRAPER Content	10
Format: 160 x 600 px	

BANNERFORMATE IM FOKUS

CONTENT TEASER

621 x 50 Pixel Dieser wird direkt in den Artikeln, zwischen den ersten beiden Absätzen positioniert.

SUPERBANNER Branding

Unser Größter: 970 x 220 Pixel

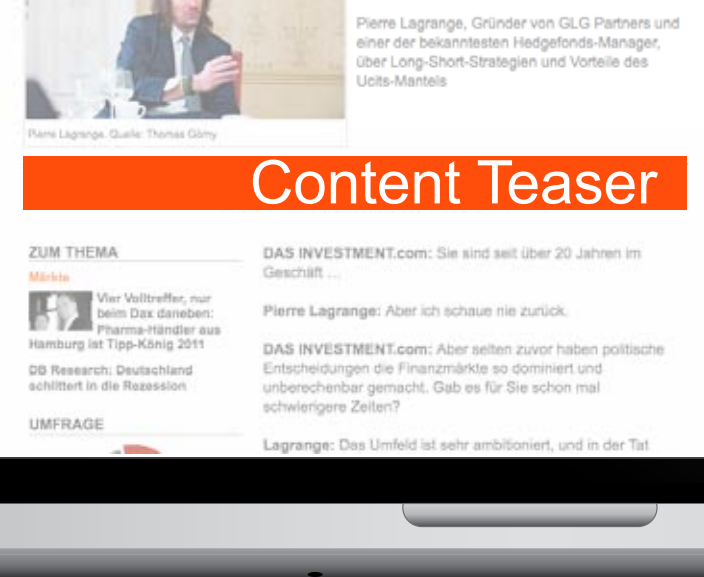
Bestplatziert zwischen Seitenmenü und Topnews-Slider wird dieser Hingucker seine Wirkung nicht verfehlen. Optimal für großflächige Image-Kampagnen.

An ihm kommt man einfach nicht vorbei.

KOMBI-BUTTON **Bild, Text & Link**

Ihre Werbebotschaft, top-platziert, im redaktionellen Look & Feel. Das Ergebnis: Hervorragende Klickrate.

Teasern Sie Ihre Kampagne an oder bringen Sie Ihre Kernbotschaft – führen Sie unsere User auf Ihre (Micro-)Site.



DAS INVESTMENT.COM

THEMEN ▾ Investments Berater Institutionelle Recht & Steuern Altersvorsorge Sparen & Portfolio Finanzboulevard

Home Märkte Fonds Versicherungen Geschlossene Fonds Immobilien Alternative Investments Grünes Geld Sachwerte ETF Zertifikate

Mehr Branding geht nicht!

Kombi-Button

Berater, Unternehmen, Service & Support, Geschlossene Fonds
Efonds: Haftungsdach nur noch bis 6
Betrieb

DAS INVESTMENT DAILY

Seit 11 Jahren versorgt der börsentägliche HTML-Newsletter Finanzprofis mit tagesaktuellen News, exklusiven Interviews und sorgfältig recherchierten Hintergründen aus allen Rubriken.

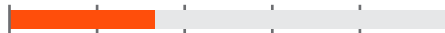
Erscheinung: Börsentäglich

Reichweite: Zirka 8.500 aktive Abonnenten.

Unsere Newsletter-Verteiler werden laufend per Bounce-Management gepflegt und um Karteileichen bereinigt. Im Ergebnis können wir Ihnen eine aktive Leserschaft mit hohem Involvement garantieren. So erzielen Ihre Kampagnen ihre maximale Wirkung.

Unsere Zahlen sprechen für sich

>> Konstante Öffnungsrate von durchschnittlich 33 %



>> Herausragende Unique-Klick-Rate von über 52 %

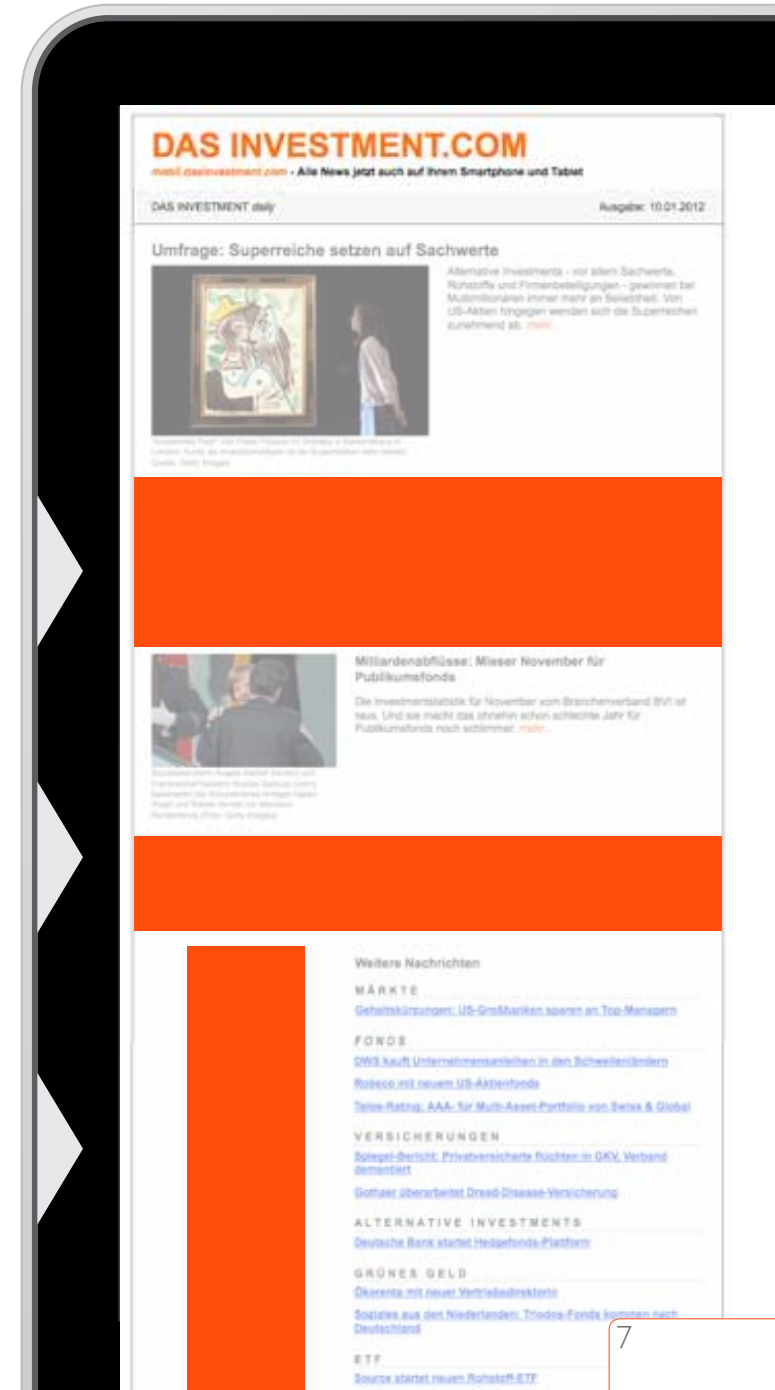


 zur aktuellen Ausgabe:
<http://www.dasinvestment.com/htmlnews/>

1. Text-Anzeige
Überschrift: max. 100 Zeichen
Text: max. 250 Zeichen
Bild: B 200 x H 123 Pixel
EUR 1.000 pro Woche

2. Fullsizebanner
Maße: B 468 x H 60 Pixel
Format: jpg, gif (nicht animiert)
EUR 800 pro Woche

3. Skyscraper
Maße: B 120 x H 600 Pixel
Format: jpg, gif (nicht animiert)
EUR 800 pro Woche



STAND ALONE NEWSLETTER

Eines der effektivsten Werbemittel im Onlinemarketing: Wir versenden Ihre Werbebotschaft an die Leser unseres Berater-Newsletter, die ihr Interesse an Werbung signalisiert haben. Der exklusive Rahmen und das hohe Leser Insolvment garantieren maximale Aufmerksamkeit für Ihr Produkt / Unternehmen.

Versand an den Verteiler DAS INVESTMENT daily
Abonnenten: 8.500
Preis: EUR 2.500

Versand an den Verteiler DER FONDS
Abonnenten: 6.000
Preis: EUR 2.500

Verlagsseitige Template-Erstellung:
Aufpreis: EUR 500



Weitere Infos finden Sie hier:
<http://www.dasinvestment.com/unternehmen/mediadaten/veranstaltungs-marketing>

The advertisement features a woman, Jeanette Maria Pelzer, sitting on a desk in an office setting. Behind her is a window with a view of a city. On the desk, there are several award certificates. The main headline is 'DAS KNOW-HOW-MAGAZIN ZUR KAPITALANLAGE INVESTMENT'. The Allianz logo is prominently displayed. The text highlights the 'AssCompact Award 2013 bAV' award, where Allianz Lebensversicherungs-AG ranked 1st in overall evaluation. The text also mentions that Allianz is a complete provider with expertise in all forms of bAV, and that they have been awarded the 1st place for the 6th time in the AssCompact Award bAV.

DAS KNOW-HOW-MAGAZIN ZUR KAPITALANLAGE
INVESTMENT

Allianz

AssCompact AWARD 2013
bAV
Allianz Lebensversicherungs-AG
Platz 1
Gesamtwertung

Die betriebliche Altersversorgung der Allianz: Deutschlands Nummer 1.

Von A wie Ablösung von Pensionsverpflichtungen bis Z wie Zeitwertkonten - zum Thema betriebliche Altersversorgung bleibt bei Allianz Leben keine Frage offen. Als Komplettanbieter verfügen wir über besondere Expertise in allen Formen der bAV. Dabei profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung und Kompetenz sowie unseren hochqualifizierten Maklerbetreuern und effizienten Services.

Vertrauen Sie bei Produkt und Partner auf regelmäßig ausgezeichnete Leistung und Qualität: So wurde Allianz Leben zum sechsten Mal in Folge mit dem 1. Platz beim AssCompact Award bAV prämiert.

Weitere Informationen erhalten Sie von Ihrem Maklerbetreuer oder unter www.makler.allianz.de

Mit freundlichen Grüßen

Ihre Allianz

Jeanette Maria Pelzer

DER FONDS

Ausgabe 24/2011 | EXPERTEN-TIPP

DER FONDS

Die Favoriten der Top-Vermögensverwalter

Repräsentanten renommierter **Family Offices** oder Privatbanken geben Auskunft, welche Publikumsfonds sie im Geschäft mit Ihren oft sehr vermögenden Kunden einsetzen. In dieser Ausgabe: Nevin Aydin, ING Luxemburg



Foto: Gettyimages

Präsentation des Concept-Cars Toyota FT-86 II auf der IAA in Frankfurt: Der japanische Konzern – seit 2008 größter Automobilbauer der Welt – will künftig auch bei Sportwagen neue Akzente setzen

tumsmärkten Asiens sind die japanischen Unternehmen hervorragend aufgestellt. Die aktuellen Probleme in Europa treffen sie dagegen nur teilweise, da Japan nur 15 Prozent der Exporte dorthin verschifft. Aufgrund ihrer Innovationskraft verändern gerade japanische Unternehmen die Welt. Die bekanntesten Beispiele stammen aus der Elektronik- und Automobil-Branche. Japanische Unternehmen stecken weiter viel Geld in die Forschung und werden sicher auch in Zukunft technologische Innovationen auf den Märkten einführen.

Auf Fünfjahres-Sicht hat der japanische Aktienmarkt sicher enttäuscht. Doch ausgewählte Aktienfonds mit einem stringenten Managementfokus wie der Fidelity Japan Advantage haben bewiesen, dass es durchaus eine Reihe interessanter Firmen gibt, mit denen sich attraktive Renditen erzielen ließen. So überflügelt der Fonds innerhalb des genannten Zeitraums den Nikkei um mehr als 30 Prozentpunkte. Als Value-Investor trifft Fondsmanager Ronald Slattery seine Anlageentscheidungen aufgrund von Bewertungsanalysen: Er analysiert mit seinem Team Gewinnerwartungen, Kurs-Gewinn- und Kurs-Buchwert-Verhältnisse und hinterfragt bei Unternehmensbesuchen Gewinnmodelle und Research-Empfehlungen. Auch in schwierigen Phasen konnte Slattery als Stockpicker Chancen nutzen, die sich durch Kursbewegungen am Markt



Nevin Aydin,
Manager German Desk
ING Luxembourg

ING Luxemburg

Das 2003 aus der Fusion des bereits 1960 gegründeten Crédit Européen und der ING Bank (Luxemburg) hervorgegangene Institut gehört mit rund 800 Mitarbeitern und 16 Zweigstellen zu den größten Banken des Großherzogtums. Private-Banking-Kunden erhalten durch ihren persönlichen Betreuer direkten Zugang zur Anreizmarkt-Kompetenz der ING-Gruppe und zu einem weltweiten Dienstleistungsangebot auf allen relevanten Gebieten wie Recht, Steuern oder Unternehmenstransaktionen.

Seit vielen Jahren schon ist Japan aus dem Fokus internationaler Investoren verschwunden. Anfangs durchaus zu Recht: Japanische Aktien waren aufgrund des Booms in den 80er Jahren lange Zeit zu teuer und die nächste Anpassung an den Welt-

durchschnitt hat fast 20 Jahre gedauert. Mittlerweile aber sind etliche japanische Unternehmen, die in ihrer jeweiligen Branche zu den Marktführern gehören, stark unterbewertet. Trotz der Fukushima-Katastrophe und einer extrem starken Währ-

Egon Wachtendorf, einer der renommiertesten Fonds-Experten Deutschlands, und seine Redaktion berichten alle 14 Tage ausführlich rund um das Thema Fondsanlage. Im kostenlosen PDF-Newsletter geben sie über 6.000 Lesern klare Antworten auf die brennenden Fragen:

Was bewegt die Fondsbranche?

Welche Fonds sind die besten ihrer Kategorie und gewinnen den aktuellen Crashtest?

Und welchen Fondsmanagern vertrauen die Top-Vermögensverwalter ihre Kundengelder an?

NEWSLETTER

Werbeformat	Format	Preis
1/3 - Seite hoch	B 59 x H 233 mm	EUR 650
1/3 - Seite quer	B 186 x H 76 mm	EUR 650
Eckfeld	B 122 x H 123 mm	EUR 850
1/2 - Seite quer	B 186 x H 113 mm	EUR 1.200
1/1 - Anzeige	B 190 x H 277 mm	EUR 2.300
1/1 - Seite Advertorial	nach Absprache	EUR 2.300
Standalone-Mailing	nach Absprache	EUR 2.500



zur aktuellen Ausgabe:
<http://www.dasinvestment.com/newsletter/der-fonds/>



vollständige Mediadaten unter:
<http://www.dasinvestment.com/mediadaten/>

THEMEN - SPECIALS

The screenshot shows the website interface for DAS INVESTMENT.COM. At the top, there is a navigation bar with links for 'Neuigkeiten', 'Privilegien', 'Veranstaltungen', 'Berater-Support', 'Mediathek', 'Unternehmen', 'Stempel', and 'Home'. Below this is a search bar and a menu with categories like 'Investments', 'Berater', 'Institutionelle', 'Recht & Steuern', 'Adressvorsorge', 'Sparen & Portfolios', and 'Finanzboulevard'. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'Redaktion', features a large article with a photo of a man sitting on a sofa, titled 'Niedrigzins fördert Wohnungsbau'. Below this are several smaller article teasers with images and headlines, such as 'Berliner Wohnimmobilien fest im Fokus internationaler Investoren' and 'Wohnimmobilien wieder gefragt: "Sichere Cashflows, geringe Volatilität und stabile Renditen"'. The right column, titled 'Werbung', contains three large orange rectangular areas, each with a video player interface and a 'Fondsunterlagen' section, indicating advertising spots for funds.

So funktioniert's

Sie haben ein Thema/Produkt, das Sie vertrieblisch schnell und effektiv nach vorn bringen möchten?

Wir bieten Ihnen dafür eine exklusive Bühne. Mit einem Themen-Special auf DAS INVESTMENT.com rücken wir Ihr Thema/Produkt in den Fokus unserer B2B-Finanzwebseite.

Wir bereiten Ihr Thema redaktionell auf und sorgen für eine maximale Verbreitung. Die Artikel werden in unserem täglichen Newsletter, auf unserer Startseite sowie exklusiv auf der entsprechenden Themen-Seite veröffentlicht.

Sie entscheiden, welche Produkt-Botschaften den Lesern des Specials präsentiert werden.

Das können zum Beispiel sein:

- Produkt-Video,
- Produktinformationen,
- Werbepanner,
- Verlinkungen zu Ihrer Webseite u.v.m.

Zusätzlich erhalten Sie die Nutzungsrechte der von uns erstellten Artikel zu Ihrem Thema. Die Beiträge bieten Ihnen eine optimale Ergänzung Ihrer weiteren Marketing- und PR-Aktivitäten.

Preisbeispiel:
Themen-Special Standard,
EUR 5.000 netto

E-BOOKLETS

eBooklets sind DIE neue Form der Vertriebsunterstützung für Ihre Finanzberater.
Die Ziele: Bessere Kundeninformation, mehr Kundenkontakt und mehr Umsatz – für Sie und Ihren Vertrieb

Ein eBooklet ist ein Online-Magazin, das Ihre Themen und Investmentlösungen anlegergerecht aufbereitet. Sie geben als Partner des Projektes die inhaltlichen Schwerpunkte und relevanten Produkte vor. Die renommierte DAS INVESTMENT-Redaktion setzt den Input in enger Abstimmung mit Ihnen in einem anlegergerechten und dialogorientierten Themen-Magazin um.

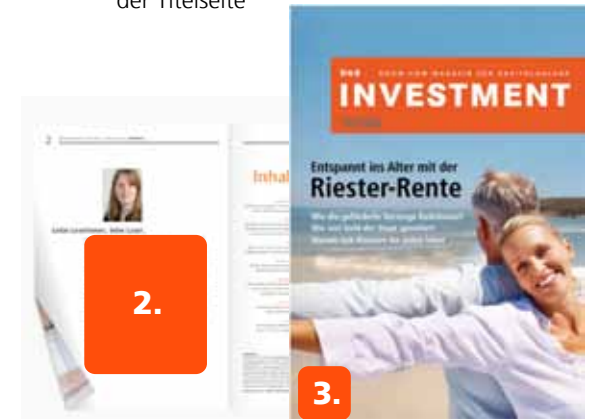
Die Finanzberater setzen dieses eBooklets gezielt ein, um ihre Kunden kompetent zu informieren, mit ihnen schneller und häufiger in den Dialog zu treten und ihren Verkaufserfolg zu steigern. 30 Berater Ihrer Wahl erhalten zudem speziell auf ihre Personen maßgeschneiderte eBooklets. Weitere können bestellt werden. Preisbeispiel: eBooklet Standard, EUR 12.500

Jedem Berater sein persönliches eBooklet

Um ihre Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten zu optimieren, erhalten Berater auf sie zugeschnittene, personalisierte eBooklets.



1. Kontaktdaten des Beraters (Response-Box mit E-Mail und Telefon) auf jeder Doppelseite im eBooklet (Klick & Mail - Funktion)
2. Ein individuelles Kundenansreiben mit einem Porträtfoto des Beraters
3. Ein verlinktes Firmenlogo des Beraters auf der Titelseite



Weitere Infos finden Sie hier:
<http://www.dasinvestment.com/ebooklet/>

AGB Online Stand Januar 2012

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel auf DAS INVESTMENT.com

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden: „AGB“) gelten für alle Verträge zwischen dem Auftraggeber und der Fonds & Friends Verlagsgesellschaft mbH (im Folgenden: „Auftragnehmerin“) über die Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel des Auftraggebers (im Folgenden insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) auf der Webseite der Auftragnehmerin (www.dasinvestment.com) und/oder in elektronischen Newslettern der Auftragnehmerin zum Zwecke der Verbreitung. Diese AGB gelten nicht für die Schaltung von Anzeigen in Printmedien.

2. „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten auf der Website der Auftragnehmerin und/oder in elektronischen Newslettern der Auftragnehmerin zum Zwecke der Verbreitung.

3. Die Auftragnehmerin veröffentlicht die Anzeigen für die vertraglich vereinbarte Dauer oder bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten Ad Impressions (Aufrufe der Anzeigen) auf der vertraglich vereinbarten Werbefläche (Website und/oder elektronischer Newsletter).

4. Auftraggeber kann der Werbungtreibende selbst sein oder eine Agentur oder ein sonstiger Dienstleister, der im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und/oder Dienstleistungen wirbt. Der Vertrag kommt vorbehaltlich abweichender schriftlicher Vereinbarung mit demjenigen zu Stande, der gegenüber der Auftragnehmerin als Auftraggeber auftritt. Im Falle der Buchung für einen Dritten, ist dieser der Auftragnehmerin zu benennen.

5. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrags erkennt der Auftraggeber diese AGB für den jeweiligen Auftrag in der bei Auftragserteilung jeweils gültigen Fassung und die jeweils gültige Preisliste der Auftragnehmerin als verbindlich an.

6. Abweichende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn dies von der Auftragnehmerin ausdrücklich schriftlich bestätigt wird.

7. Werbemittel können z.B. aus Bildern, Texten, Tonfolgen, Bewegtbildern (u.a. Banner) oder aus sensitiven Flächen bestehen, die beim Anklicken mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse eine Verbindung zu weiteren Daten herstellen, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

8. Der Vertrag zwischen Auftraggeber und Auftragnehmerin kommt zu Stande, wenn die Auftragnehmerin den Auftrag schriftlich bestätigt oder der Auftraggeber ein von der Auftragnehmerin erstelltes Angebot ohne Änderungen schriftlich annimmt. Telefax und Email wahren die Schriftform.

9. Terminvereinbarungen und Platzierungswünsche des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn die Auftragnehmerin dies in der für den Vertragsschluss erforderlichen Form bestätigt hat.

10. Ist im Rahmen des Vertrages das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen durch den Auftraggeber vereinbart, so hat er diese innerhalb der zwischen den Parteien vereinbarten Frist zur Veröffentlichung abzurufen. Ist keine Frist vereinbart, so hat der Auftraggeber die Anzeigen binnen eines Jahres nach Vertragsschluss abzurufen. Nach Ablauf dieser Frist erlischt das Recht des Auftraggebers ersatzlos, Anzeigen abzurufen.

11. Ruft der Auftraggeber Anzeigen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig ab, so steht ihm kein Anspruch auf Rückzahlung der vereinbarten Vergütung zu.

12. Der Auftraggeber sichert der Auftragnehmerin zu, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt und die Anzeigen deutlich als Werbemittel erkennbar sind. Wird durch die Anzeige auf andere Seiten verwiesen (Link), so übernimmt der Auftraggeber eine Gewähr dafür, dass diese Seiten

- keine Rechte (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) Dritter verletzen,
- nicht gegen sonstige gesetzliche Bestimmungen verstoßen und
- keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links oder Verfahren beinhalten, die die Auftragnehmerin oder die Internetnutzer schädigen können oder der Verbreitung von Viren, Würmern oder Trojanern dienen.

13. Der Auftraggeber stellt die Auftragnehmerin auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der ihr von dem Auftraggeber überlassenen Werbemittel und der Seiten, auf die durch einen Link in den Anzeigen verwiesen wird, von Dritten gegen sie geltend gemacht werden. Die Freistellung umfasst auch die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung.

Die vorstehenden Regelungen gelten sinngemäß auch für den Fall, dass der Auftraggeber aus anderen Gründen als zum Zwecke der Werbung dem Auftragnehmer Content (Text oder Bild) zur Verfügung stellt. Auch in diesen Fällen obliegt es dem Auftraggeber, den Auftragnehmer von Ansprüchen Dritter freizustellen, sollten diese im Zusammenhang mit dem zugelieferten Content erhoben werden.

14. Die Auftragnehmerin behält sich vor, Anzeigenaufträge abzulehnen, den (weiteren) Abruf von Anzeigen durch den Auftraggeber zu untersagen und die Abrufmöglichkeit zu entziehen, wenn

- der Inhalt einer Anzeige gegen Gesetze oder behördliche Auflagen und Bestimmungen verstößt, oder
- eine Anzeige Werbung Dritter oder für Dritte enthält, ohne dass dies der Auftragnehmerin zuvor zur Kenntnis gebracht worden ist, oder
- die Veröffentlichung einer Anzeige für die Auftragnehmerin aufgrund ihres Inhalts, ihrer Herkunft oder ihrer technischen Form der Auftragnehmerin nicht möglich oder zumutbar ist, oder
- aufgrund einer Anzeige ein Streit zwischen der Auftragnehmerin und einem Dritten oder dem Auftraggeber und einem Dritten besteht, infolgedessen ein Dritter Schadensersatzansprüche gegen die Auftragnehmerin wegen der Veröffentlichung der Anzeige geltend machen könnte.

15. Macht die Auftragnehmerin von ihrem Ablehnungsrecht nach bereits erfolgter Veröffentlichung einer Anzeige Gebrauch, so ist der Auftraggeber berechtigt, der Auftragnehmerin eine neue oder geänderte Anzeige zur Verfügung zu stellen, die nicht gegen Ziff. 14 dieser AGB verstößt. Hierdurch eintretende Verzögerungen bei der Veröffentlichung gehen zu Lasten des Auftraggebers. Ein Recht auf Rückerstattung der Vergütung steht dem Auftraggeber in keinem Fall zu, wenn der Inhalt einer Anzeige gegen Ziff. 14 verstößt.

16. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter verletzt werden, insbesondere, ob gesetzliche Vorschriften des Wettbewerbs- und Urheberrechts verletzt werden.

17. Der Auftraggeber ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung der Auftragnehmerin nicht berechtigt, Ansprüche aus dem Vertrag an Dritte abzutreten oder auf Dritte zu übertragen, wenn sich dadurch der Inhalt der Anzeige ändert.

18. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche erkennbar sind, bei der Veröffentlichung als „Anzeige“ zu kennzeichnen oder vom Auftraggeber zu verlangen, dass dieser eine entsprechende Kennzeichnung vornimmt. Die Kosten hierfür trägt der Auftraggeber. Die Auftragnehmerin kann die Anzeige auch vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbecharakter deutlich zu machen.

19. Die Werbemittel sind spätestens 5 Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in vollständiger, einwandfreier und für die Schaltung geeigneter Form vom Auftraggeber anzuliefern. Die Auftragnehmerin unterrichtet den Auftraggeber unverzüglich, wenn an dem Anzeigentext oder an einer Vorlage noch Änderungen vorgenommen werden müssen.

20. Stellt der Auftraggeber der Auftragnehmerin die Werbemittel nicht so rechtzeitig zur Verfügung, dass die Anzeige zu dem vereinbarten Schaltungstermin veröffentlicht werden kann, so ist die Auftragnehmerin be-

rechtigt, die Veröffentlichung zum nächstmöglichen Schaltungstermin vorzunehmen. Hat der Auftraggeber einen bestimmten Zeitraum gebucht, so verschiebt sich dieser entsprechend in die Zukunft. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, die vereinbarte Anzahl von Ad Impressions innerhalb eines kürzeren Zeitraums zu ermöglichen. Der Auftraggeber kann sich statt mit einer Verschiebung des Veröffentlichungszeitraums mit einer geringeren Anzahl von Ad Impressions im ursprünglich vereinbarten Zeitraum einverstanden erklären. Keiner der genannten Fälle berechtigt den Auftraggeber zu einer Kürzung der Vergütung.

21. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Anzeige nach erstmaliger Schaltung zu prüfen und der Auftragnehmerin unverzüglich anzuzeigen, wenn die Anzeige Fehler bzw. Mängel aufweist.

22. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtiger oder unvollständiger Veröffentlichung der Anzeige nach seiner Wahl Anspruch auf Zahlungsminderung oder die Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nachbesserung). Lässt die Auftragnehmerin eine ihr zum Zwecke der Nacherfüllung vom Auftraggeber gestellte angemessene Frist verstreichen, so steht dem Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung zu. Gleiches gilt im Falle fehlerhaft erstellter Anzeigen durch die Auftragnehmerin beim elektronischen Newsletterversand. In diesem Fall kann der Auftraggeber den Auftrag widerrufen, wenn die Ersatzanzeige nicht mängelfrei ist.

23. Die Auftragnehmerin übernimmt die dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Übliche Ausfallzeiten aufgrund von planmäßigen und außerplanmäßigen Wartungsarbeiten berechtigen den Auftraggeber nicht zur Kürzung der Vergütung oder zur Geltendmachung sonstiger Rechte. Gleiches gilt für Zeiten, in denen die Wiedergabe der Anzeige nicht möglich ist aus Gründen, die von der Auftragnehmerin nicht zu vertreten sind (z.B. höhere Gewalt, Streiks oder Hackangriffe).

24. Weitergehende Mängelansprüche sowie Ansprüche des Auftraggebers auf Schadenersatz aus positiver Vertragsverletzung, unerlaubter Handlung,

Verletzung von Pflichten bei Vertragsverhandlungen oder Nichterfüllung sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht in Fällen

- des Vorsatzes oder der groben Fahrlässigkeit,
- bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit,
- wenn der Schaden auf einer schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruht,
- oder im Falle der Nichteinhaltung etwa übernommener Beschaffenheits- und Haltbarkeitsgarantien.

Wesentliche Vertragspflichten sind die jeweiligen vertraglichen Hauptleistungspflichten sowie sonstige vertragliche (Neben-)Pflichten, die im Falle einer schuldhaften Pflichtverletzung dazu führen können, dass die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird. Der Höhe nach ist die Haftung stets auf den Ersatz des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt.

25. Im Falle zwingender gesetzlicher Haftung, etwa nach dem Produkthaftungsgesetz, gelten vorstehende Haftungsbeschränkungen nicht. Ansprüche der Auftragnehmerin wegen entgangenen Gewinns sind – gleich aus welchem Rechtsgrund – ausgeschlossen.

26. Die Abrechnung erfolgt in der Regel auf Basis des von der Auftragnehmerin erstellten Reportings. Weicht ein von dem Auftraggeber erstelltes Reporting hiervon ab, so bemühen sich die Parteien um eine einvernehmliche Regelung, welche Reportingzahlen der Abrechnung zu Grunde gelegt werden. Es kann ein Mittelwert vereinbart werden.

27. Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug werden die fälligen Forderungen mit 8%-Punkten über dem jeweiligen Basiszinssatz verzinst.

28. Wird dem Auftraggeber aufgrund eines von diesem versprochenen oder in Aussicht gestellten zukünftigen, dann in Summe rabattierfähigen Buchungsvolumens ein Rabatt gewährt, und wird das anfangs unterstellte Volumen am Ende des vereinbarten Zeitraums nicht erreicht, so hat der Auftraggeber den Betrag nachzuzahlen, der ihm aufgrund des anfangs unterstellten zukünftigen Buchungsvolumens als Rabatt eingeräumt worden ist.

29. Die Auftragnehmerin behält sich das Recht vor, vom Auftraggeber Vorkasse zu verlangen. Dies gilt auch für den Fall, dass der Auftraggeber sich bereits im Zahlungsverzug mit einer Zahlung befindet und weitere Aufträge vom Auftraggeber erteilt worden sind. Die Auftragnehmerin kann die Ausführung der weiteren Aufträge oder die Veröffentlichung von Anzeigen von einer Vorauszahlung oder dem vollständigen Ausgleich bereits fälliger Rechnungen durch den Auftraggeber abhängig machen.

30. Die Auftragnehmerin liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Screenshot der veröffentlichten Anzeige als Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung der Auftragnehmerin über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Auf Wunsch des Auftraggebers liefert die Auftragnehmerin ein Reporting über die Veröffentlichung der Anzeige.

31. Die Pflicht zur Aufbewahrung vom Auftraggeber übersandter Werbemittel endet drei Monate nach Ablauf des vereinbarten Veröffentlichungszeitraums. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, die Werbemittel darüber hinaus unbegrenzt aufzubewahren.

32. Die Auftragnehmerin verpflichtet sich, die Rechte des Auftraggebers an den Werbemitteln, insbesondere das Urheberrecht, zu wahren.

33. Eine Stornierung des Auftrags durch den Auftraggeber ist möglich. Sie bedarf der Textform (Brief, Fax, Email). Bei einer Stornierung mindestens 6 Werktagen vor Schaltungsbeginn entstehen dem Auftraggeber keine Kosten. Bei Stornierungen, die danach, aber vor Schaltungsbeginn erfolgen, sind vom Auftraggeber 50% der vereinbarten Vergütung zu bezahlen. Bei einer späteren Stornierung, d.h. nach erstmaliger Schaltung der Anzeige, beziehungsweise nach Ablauf des vertraglich vereinbarten – erstmaligen – Schaltungstermins, ist die Auftragnehmerin berechtigt, dem Auftraggeber 100% der vereinbarten Vergütung in Rechnung zu stellen. Als Stornierung gilt es auch, wenn der Auftraggeber der Auftragnehmerin die Werbemittel

nicht zur Verfügung stellt mit der Folge, dass eine Veröffentlichung der Anzeige nicht stattfinden kann.

34. Die Online-Nutzungsdaten der Auftragnehmerin sind IVW geprüft.

35. Erfüllungsort ist der Sitz der Auftragnehmerin. Gerichtsstand ist Hamburg.

36. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.