



PRESSENEWS-IN-DEUTSCHLAND.DE

**Platzieren Sie
Sich richtig!**

**MEDIADATEN 2019
WERBEN MIT ERFOLG**

ONPRESS Media

+49 (0)30 33 09 617 0 +49 (0)30 33 09 617 29 ✉ info@onpress.de

Pressenews-in-deutschland.de Mediadaten 2019



Wer wir sind

Pressenews-in-deutschland.de beobachtet den deutschen Pressemarkt und seine Facetten. Neben Marktentwicklungen in den Bereichen Unternehmen, Distribution, Druck, Logistik, Verbände und Recht veröffentlicht das Portal die wesentlichen Informationen der Verlagsbranche zu Neuerscheinungen, Einstellungen und Trends der Heftentwicklungen. Die Berichterstattung gibt Ihnen die Möglichkeit zur ganzheitlichen und selektiven Markenplatzierung in einzelnen Themenbereichen.

Bei durchschnittlich 280.000 Seitenaufrufen/Monat zählt die Website zwischenzeitlich zu den größeren Branchen- und Newsportalen im Internet.

#Neuerscheinungen

#Unternehmen

#Marktentwicklung

#Arbeitsmarkt

#Druck

#Distribution

#Verbände

#Relaunch

#Köpfe

#Verlage

#Branchen-News

#Logistik

#Marketing

#Recht

ONPRESS Media

☎ +49 (0)30 33 09 617 0 🖨 +49 (0)30 33 09 617 29 ✉ info@onpress.de



Formate & Preisvorteile

Alle von uns angebotenen Werbeformate sind auf der Haupt- und Beitragsebene der Website eingearbeitet und sowohl in der mobil-, als auch in der Desktop-Version sichtbar.

| Banner | InFeed-/ ContentAd | | Sponsored News Ad |
|--------|--------------------|--|-------------------|
|--------|--------------------|--|-------------------|

Auf Anfrage

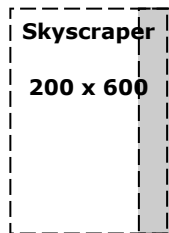
Advertorial

Anzeige in redaktioneller Anmutung

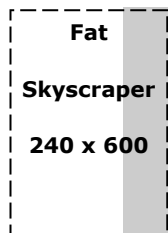
ab 500 €

Sprechen Sie uns an!

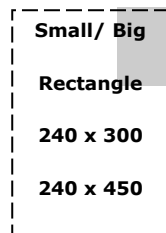
300 €



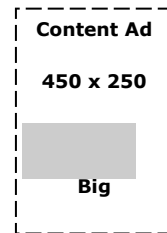
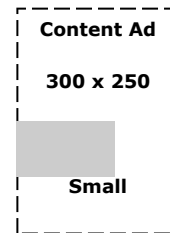
350 €



200 €



400 €/ 480 €



ab 450 €

Sponsored News Ad

Erreichen Sie Ihr Werbe- und Kommunikationsziel mit Sponsored News Ad!

Sie wollen ein aktuelles Thema im redaktionellen Umfeld von pressenews-in-deutschland.de präsentieren? Sie schicken Sie uns einen Text, wir platzieren einen Teaser und kennzeichnen ihn lediglich mit unserem Sponsored News Ad Hinweis mindestens eine Woche auf der Startseite. Eine entsprechende Verlinkung verweist auf den kompletten Text. Das ganze geschieht natürlich ganz im Look von pressenews-in-deutschland.de!

Sprechen Sie uns an!

Die Preisangaben beziehen sich auf eine **monatliche, webseitenweite** Schaltung der Anzeige im jeweiligen Format.

Top-Position Spezial

Preis auf Nachfrage

ATTRAKTIVE RABATTE bis zu 35%

Z.B. Schaltungen über mehrere Zeiträume

Sonderformate/ Kombi-Rabatte

Preis auf Nachfrage

ONPRESS Media

+49 (0)30 33 09 617 0 +49 (0)30 33 09 617 29 info@onpress.de

Pressenews-in-deutschland.de Mediadaten 2019



ONPRESS Media

☎ +49 (0)30 33 09 617 0

🖨 +49 (0)30 33 09 617 29

✉ info@onpress.de

Druckunterlagen

✉ anzeigen@onpress.de

AUFTRAG/ Anfrage

Stellen Sie Ihre Anfrage gleich heute mit folgenden Angaben

- Wunschformat und Platzierung
 - Skyscraper 200 x 600 Fat Skyscraper 240 x 600
 - Small Rectangle 240 x 300 Big Rectangle 240 x 450
 - Content Ad 300 x 250 Big Rectangle 450 x 250
- Dauer Schaltungen
 - Monat ____ Monate Jahr
- Auftragsdaten/ geliefertes Dateiformat
 - jpg Format png Format
- Bemerkungen



PRESSENEWS-IN-DEUTSCHLAND.DE AGB

Preisliste Nr. 1,

gültig ab 30.06.2019

pressenews-in-deutschland.de

pressehandel-in-deutschland.de

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. Werbeauftrag / Werbekunde

(1) „Werbefauftrag“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines oder mehrerer Werbemittel eines Werbungstreibenden als Auftraggeber (nachfolgend als „AG“ bezeichnet) in Informations- und Kommunikationsdiensten des Verlags als Auftragnehmer (nachfolgend als „Verlag“ bezeichnet), zum Zwecke der Verbreitung des Werbemittels. Für den Auftrag gelten ausschließlich diese vorliegenden AGB, zudem die jeweils aktuell geltenden Preislisten und Werbemittel-Spezifikationen.

2. Werbemittel

(1) Ein Werbemittel kann beispielsweise 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, welche bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom AG genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des AGs oder eines Dritten liegen (z.B. Link).

(2) Werbemittel, die nicht offensichtlich als Werbung erkennbar sind, kann ONPRESS Media als solche kenntlich machen oder verlangen, dass dies gemacht wird, insbesondere mit dem Wort „Anzeige“ zu kennzeichnen und/oder vom redaktionellen Inhalt räumlich abzusetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.

3. 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 Werbungstreibender AG werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandats- bzw. Auftragsnachweis zu verlangen.

(3) Die AGB von ONPRESS Media für Werbeaufträge können sich ändern. Deswegen gelten die AGB immer nur für den jeweiligen Werbeauftrag in der zum Zeitpunkt des Abschlusses des Werbeauftrags geltenden Fassung.

(4) Der AG hat ONPRESS Media jede Änderung seiner Firma, Ansprechpartner, Anschrift oder von sonstigen Kontaktinformationen (Tel., Fax, E-Mail etc.) umgehend, spätestens binnen 5 Werktagen per Brief, Fax oder per Email anzuzeigen.

(5) Der AG ist nicht berechtigt, die Ansprüche aus dem Werbeauftrag gegenüber ONPRESS Media (d.h. die gebuchten Werbeflächen) auf Dritte entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen, sofern nicht die ausdrückliche schriftliche Zustimmung durch ONPRESS Media vorliegt.

(6) Die Werbung für Produkte und/oder Leistungen von mehr als einem Inserenten und/oder Werbungstreibenden innerhalb eines Werbeauftrags (z.B. Banner-, PopUp-Werbung) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

(7) „Werbekunde“ ist diejenige Person oder das Unternehmen, für die der ONPRESS Media Werbemittel in Angeboten der ONPRESS Media C. Lee & N.Lézy GbR platziert werden soll. Werbekunde kann entweder der Werbetreibende selbst (der seine eigenen Waren oder Dienstleistungen bewirbt) oder eine Agentur sein, die im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und Dienstleistungen wirbt.

(8) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlags, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des AGs oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn ONPRESS Media solche anderen Vertragsbedingungen zur Kenntnis gebracht wurden. Gegenbestätigungen des AGs unter Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen wird hiermit widersprochen.

4. Platzierung

(1) ONPRESS Media wird das vom AG zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Online-Werbung für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten AdImpressions (Aufrufe der Werbung) oder der vertraglich vereinbarten AdClicks (Anklicken der veröffentlichten Werbemaßnahmen) auf der vertraglich festgelegten Internet-Seite platzieren.

(2) ONPRESS Media wird dem AG über die Anzahl der während der Kampagne ausgelieferten AdImpressions und/oder AdClicks in einem durch ONPRESS Media vorgegebenen Format berichten. Maßgeblich sind insoweit die ONPRESS Media über seinen Server ermittelten Daten.

(3) 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.

(4) Der AG hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Online-Werbung an einer bestimmten Position

der jeweiligen Internet-Seite sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Internet-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. Die Platzierung des Werbemittels wird vom AG und dem Verlag einvernehmlich vorgenommen. Ist dieses nicht herstellbar, entscheidet der Verlag nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des AG. Hat der AG keinen Platzierungswunsch für das Werbemittel auf dem von ihm gebuchten digitalen Medium geäußert, ist die Bestätigung des Verlages, mit dem im Auftrag angegebenen Umfang, maßgeblich. Werden mehrere Werbemittel für eine Buchung geliefert, kann der Verlag diese standardmäßig rotieren lassen, es sei denn der AG hat dem Verlag in einem

Motivplan aufgegeben, wann welches Werbemittel zu veröffentlichen ist.

(5) Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbung nach erstmaliger Schaltung zu prüfen, soweit dies mit zumutbarem Aufwand möglich ist.

5. Abwicklungsfrist

(1) Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln. Wird das Recht zum Abruf innerhalb dieser Zeit nicht ausgeübt, verfällt der Anspruch nach Ablauf des Jahres ersatzlos. Die Pflicht zur Zahlung der entsprechenden Vergütung bleibt hiervon unberührt.

(2) Wechselt der AG während des Abwicklungszeitraums eines Abschlusses die Agentur, so geht der Verlag davon aus, dass die ehemalige Agentur der neuen Agentur das Vertragsverhältnis mit allen Rechten und Pflichten aus dem Abschluss überträgt. Das Einverständnis des Verlags liegt in diesem Fall in der widerspruchsfreien weiteren Abwicklung des Abschlusses mit der neuen Agentur.

6. Auftragsverlängerung

Bei Abschlüssen ist der AG berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziff. 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Verfügbarkeiten auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen, vorbehaltlich der Bestätigung durch den Verlag in Textform.

7. Terminverschiebung

Ein vereinbarter Kampagnenstart kann verschoben werden, jedoch ist dies nur in Textform möglich bis fünf Werktage vor dem zuvor vereinbarten Veröffentlichungstermin und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Verfügbarkeiten und bedarf der Bestätigung des Verlags. Für den neuen Insertionszeitpunkt gelten dann die jeweiligen aktuellen Konditionen und Preise, die im Internet veröffentlicht sind.

8. Stornierung von Aufträgen

Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss Textform bei ONPRESS Media bis spätestens drei Wochen vor der vereinbarten



PRESSENEWS-IN-DEUTSCHLAND.DE

AGB

Veröffentlichung des Werbemittels eingehen. Eingehende Stornierungen werden pauschal mit einer Bearbeitungsgebühr von 25% des Bruttobuchungsvolumens des jeweiligen Auftrages berechnet.

9. Bereitstellung des Werbemittels

(1) Der AG ist verpflichtet, vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motivpläne) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens fünf Werktage

vor Schaltungsbeginn per Mail anzuliefern.

(2) Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen.

(3) Bei nicht rechtzeitiger 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. Es wird zudem keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels, insbesondere nicht für das Erreichen der gebuchten Ais bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung durch den Verlag übernommen.

(4) ONPRESS Media ist berechtigt, die Werbemittel zeitlich unbegrenzt zu archivieren. Eine Verpflichtung, eine Archivierung vorzunehmen oder die Werbemittel an den Werbekunden zurückzuliefern, besteht allerdings nicht. Der Verlag ist zudem nicht verpflichtet, diese an den AG zurückzuliefern.

(5) Sofern der AG nach Ablauf der vorstehenden Fristen Werbemittel austauschen oder verändern oder von einem evtl. bestehenden Motivplan abweichen will, wird der Verlag prüfen, ob diese Änderungen bzgl. des ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermins noch vorgenommen werden können. Ist dies jedoch nicht der Fall, so verbleibt es bei der ursprünglichen Vereinbarung.

(6) Kosten des Anbieters für vom AG gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der AG zu tragen.

10. Ablehnungsbefugnis

(1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge generell und auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen bzw. ohne Vorankündigung für die weitere Verbreitung zu sperren. Dies ist zum Beispiel der Fall, der Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde und/oder gegen Rechte Dritter, gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt und/oder die Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Form, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Qualität unzumutbar ist und/oder das Werbemittel Werbung für Dritte enthält. Dies gilt insbesondere auch in Fällen von Ermittlungen oder Verfügungen staatlicher

Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet.

(2) Der Verlag kann ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der AG 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 könnten.

(3) Der Betreiber wird den AG über eine Ablehnung oder Sperrung sowie die Gründe hierfür informieren. Dem AG steht es frei, ONPRES Media ein neues bzw. geändertes Werbemittel zur Verfügung zu stellen, welches den genannten Anforderungen entspricht, bzw. den rechtmäßigen Zustand der verlinkten Zielseite herzustellen. Dabei auftretende Verzögerungen gehen zu Lasten des AGs.

(4) Der Verlag ist berechtigt, ein bereits veröffentlichtes Werbemittel gänzlich zurückzuziehen, wenn der AG nachträglich unabgesprochene Änderungen der Inhalte des Werbemittels vornimmt und/oder die URL der Verlinkung ändert und/oder der Inhalt der Website, auf die verlinkt ist, wesentlich verändert ist. In jenen Fällen steht dem AG keine kostenfreie Ersetzungsbefugnis zu, wobei der Verlag seinen vereinbarten Vergütungsanspruch behält.

11. Rechtsgewährleistung

(1) Der AG gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt und die Werbemittel deutlich als Werbung erkennbar sind. Der AG garantiert zudem, dass die Werbemittel und die Seiten, auf die durch einen Link verwiesen wird, keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige Schutzrechte) verletzen und/oder nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere wettbewerbsrechtliche, telemedienrechtliche, daten und Verbraucherschutzrechtliche) Bestimmungen verstoßen und nicht staatsgefährdender, rassistischer, gewaltverherrlichender, pornografischer oder jugendgefährdender Natur sind und/oder keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links, Programme oder Verfahren, die das Netzwerk des Anbieters (einschließlich sämtlicher eingesetzter Hard- und Software) oder Internetnutzer schädigen könnten, beinhalten oder deren Verbreitung ermöglichen.

(2) Der AG 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, öffentlichen Zugänglichmachung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und dies 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.

(3) Der AG stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen könnten. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung einschließlich Gerichts- und Anwaltskosten in gesetzlicher Höhe freigestellt. Der AG ist verpflichtet, dem Anbieter für den Fall einer Inanspruchnahme durch Dritte unverzüglich, wahrheitsgemäß und vollständig nach Treu und Glauben sämtliche ihm zur Verfügung stehende Informationen mitzuteilen und Unterlagen vorzulegen, die für eine Prüfung der Ansprüche erforderlich sind.

12. Rabatte und Nachlasserstattung

(1) Rabatte werden nur auf die reinen Werbeveröffentlichungen gewährt, nicht jedoch auf anfallende Sonderkosten, z.B. bei Änderungen des Werbemittels.

(2) Unter Zugrundelegung der Preisliste des Verlages werden auf den „Umsatz“, das sogenannte „Kundenbrutto“, etwaige umsatzabhängige Nachlässe durch Rabatte gemäß Rabattstafel gewährt.

(3) Die Gewährung eines Rabatts erfolgt durch eine Gutschrift in entsprechender Höhe. Eine Barauszahlung erfolgt lediglich, wenn nach einem Zeitraum von mindestens drei Monaten keine weiteren Werbeaufträge an den Verlag erteilt werden.

(4) Die Agenturvergütung beträgt 15% des Auftragswertes nach allen Abzügen und ausschließlich Umsatzsteuer.

(5) Wird für konzernverbundene Unternehmen als AG eine gemeinsame Rabattierung („Konzernrabatt“) beansprucht, ist hierfür der schriftliche Nachweis der Konzernzugehörigkeit des AG notwendig. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Die Konzernzugehörigkeit ist bei Kapitalgesellschaften durch die Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch die Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch die Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Ende des Abschlussjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann jedoch nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen Bestätigung in Textform durch den Verlag und werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen, mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

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

13. Preisliste und Zahlungsbedingungen

(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 jedoch nur wirksam, wenn diese vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem AG ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden und bedarf der Textform.

(2) Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu begleichen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart wurde. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.



PRESSENEWS-IN-DEUTSCHLAND.DE AGB

(3) Nachlässe ergeben sich aus 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 AG der Werbeagenturen und sonstige Werbemittler weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

14. Zahlungsverzug

(1) Bei einem Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen unter Berücksichtigung des gesetzlich (§ 288 (2) BGB) vorgesehenen Zinssatzes bei Unternehmern, bei Verbrauchern kommt § 288 (1) BGB zur Anwendung. Der Anbieter ist bei Zahlungsverzug berechtigt, 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 AGs, Sitz des AGs im Ausland oder einem Erstauftrag durch den AG 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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen oder auch Vorauszahlung zu verlangen.

15. Gewährleistung

(1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem AG ist allerdings bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine Erreichbarkeit der Werbefläche zu gewährleisten und ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Ein vom Verlag zu verantwortender Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn er hervorgerufen wird durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware 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. Proxys (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.

(2) Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des AG nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung oder einer Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des AG für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

(3) Maßgeblich zur Ermittlung der Medialeistung ist die Zählung des Verlages. Dem Auftraggeber bleibt die Möglichkeit unbenommen nachzuweisen, dass diese Zahlen unzutreffend und stattdessen andere Werte anzusetzen sind. Dies hat der Auftraggeber dem Verlag innerhalb einer Frist von zehn Tagen für Werbemittel in digitalen Medien in Textform mitzuteilen.

(4) Außerhalb seines Herrschaftsbereiches trägt der Verlag nicht die Gefahr des Datenverlustes auf dem Übertragungswege und übernimmt auch keine Gewährleistung und/oder Haftung für die Datensicherheit. Gefährübergang ist mit Eingang des Werbemittels auf einem der Server des Verlages.

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

(6) 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.

(7) 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.

(8) Der Verlag haftet höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die er für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

(9) Soweit der Verlag zum Schadensersatz verpflichtet ist, hat er den AG so zu stellen, als ob der Vertrag nicht geschlossen worden wäre (sog. Negatives Interesse). Schadensersatz wegen Nichterfüllung ist ausgeschlossen.

16. Mängelrüge

Der AG hat das geschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist bei derartigen Handelsgeschäften beginnt bei offenen Mängeln mit der Schaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der AG die Mängelrüge, so gilt die Schaltung des Werbemittels als genehmigt.

17. 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 AG zum Abruf bereitzuhalten.

18. Datenschutz

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

(2) Der Anbieter ist berechtigt, die Bruttowerbeumsätze und vergleichbar relevante Daten des AGs auf Produktebene zur Veröffentlichung an Marktforschungsunternehmen weiterzuleiten. Diese Daten werden seitens des/der Unternehmen aggregiert und in anonymisierter Form in den Markt kommuniziert.

19. Schlussbestimmungen

(1) Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Berlin-Spandau, der Sitz des Anbieters.

(2) Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt der Werbeauftrag im Übrigen wirksam. Das gleiche gilt, wenn diese AGB eine Regelungslücke enthalten sollten. Anstelle der ganz oder teilweise unwirksamen oder fehlenden Regelung tritt das, was die Parteien bei verständiger Würdigung der ganz oder teilweisen Unwirksamkeit oder des Fehlens der Regelung vereinbart hätten, falls ihnen dieser Umstand bekannt gewesen wäre, in Kraft.

Stand: September 2019

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien

Preisliste Nr. 1, gültig ab 30. Juni 2019

Pressenews-in-deutschland.de

Kontaktaten Verlag:

ONPRESS Media C.Lee & N.Lézé GbR Altonaer Str. 84-90
13581 Berlin Geschäftsführung: Christian Lee Nicolas Lézé
Bankverbindung: Postbank Berlin IBAN DE89 100100 10
0660069109 BIC PBNKDEFF USt-IdNr. DE 813405558 Inter-
net: www.onpress.de

Ansprechpartner Anzeigenleitung:

Christian Lee Tel. +49 30 33096170, info@onpress.de



PRESSENEWS-IN-DEUTSCHLAND.DE

**Platzieren Sie
Sich richtig!**

**MEDIADATEN 2019
WERBEN MIT ERFOLG**

ONPRESS Media

+49 (0)30 33 09 617 0 +49 (0)30 33 09 617 29 ✉ info@onpress.de

Pressenews-in-deutschland.de Mediadaten 2019