

Preisliste Nr. 45 · gültig seit 15.10.2025

 **Objekt**

MEDIADATEN 2026

objekt-online.de &

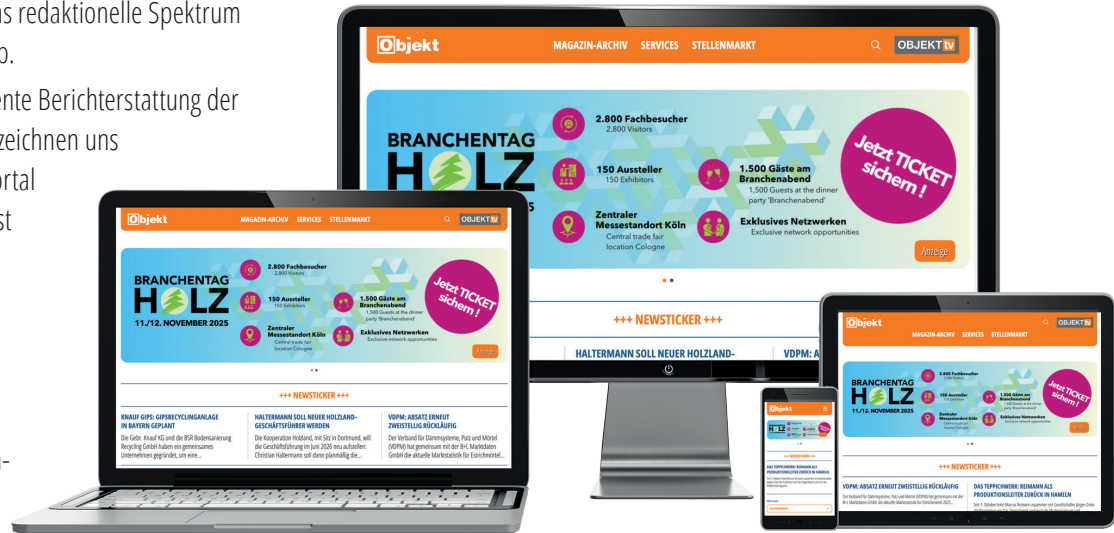
OBJEKT  **tv**

KURZCHARAKTERISTIK

Die Zeiten ändern sich und mit ihnen zwangsweise auch die Anforderungen an die Berichterstattung. objekt-online.de berichtet täglich über Neuheiten sowie Entwicklungen aus der Branche und informiert über innovative Trends. Interviews, Messeberichte sowie regelmäßige Beiträge von Sachverständigen und Juristen runden das redaktionelle Spektrum von objekt-online.de ab.

Über 50 Jahre kompetente Berichterstattung der Fachzeitschrift OBJEKT zeichnen uns für das neue Online-Portal aus. objekt-online.de ist die neue digitale Plattform für alle am Fußbodenbau und der Raumausstattung Beteiligten: Industrie, Fach-Großhandel, Fach-Einzelhandel und

Fach-Handwerk sowie Architekten und Planer. Heute sind fast alle Themen durch die Entwicklung interdisziplinär. Das große Mono-Thema, den absoluten Spezialisten, der nie den Blick über die Grenzen seiner Disziplin wirft, gibt es nicht mehr.



VERBREITUNG DER DATEN

ZIELGRUPPE

- **Industrie**
- **Fach-Großhandel und Fach-Einzelhandel**
- **Objekteure**
- **Handwerker**
Boden-, Parkett- und Estrichleger, Raumausstatter und Maler
- **Architekten, Innenarchitekten und Planer**

IM BEREICH:

- **Bodenbeläge**
Teppichböden, Elastische Beläge, Holz-, Kork- und Laminatbeläge, Designbeläge (LVT) sowie Terrassendielen
- **Verlegewerkstoffe, Estrich, Technik**
- **Bodenbeschichtungen, Oberflächenbehandlungen und Profile**
- **Farben, Lacke und Wärmedämmverbundsysteme**
- **Tapeten und andere Wandbeläge**
- **Heimtextilien**
- **Sonnenschutz**

KOMPETENZ

Frei verfügbare Website. Aktueller denn je. Gewohnte Qualität und Relevanz.

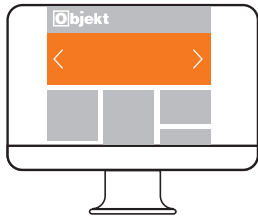
DAS Online-Portal der Branche zeichnet sich durch eine umfassende Berichterstattung, Aktualität und Schnelligkeit in der Informationspräsentation aus:

- Tagesaktuelle Informationen aus der Branche und über die dort handelnden Personen
- Reportagen, Interviews, Messeberichte und Branchenveranstaltungen
- Objekt- und Anwendungsberichte
- Einbindung auf LinkedIn und Instagram – die beliebtesten Kanäle für Informationen und Inspirationen in unserer Branche.

Wir präsentieren Ihr Produkt oder Ihre Veranstaltung unserer Community für den direkten Austausch mit den Usern.

BANNERFORMATE & PREISE

objekt-online.de ist erste Anlaufstelle für Entscheider, Handel und Handwerk, wenn es um aktuelle News aus der gesamten Branche geht. Erreichen Sie sie mit Werbung in direkter Nachbarschaft zu passendem Content. Schalten Sie statische oder interaktive Banner auf unserer Website mit Verlinkung zu einer URL Ihrer Wahl.



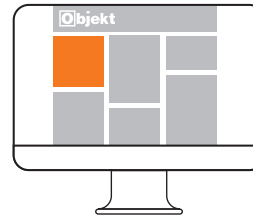
Format: 1350 x 400 px

SUPERBANNER

(einzeln oder in Kombination mit PR)

Platzierung: Startseite (rollierend)
maximal drei Stück gleichzeitig

Preis: 2-wöchentlich	1.950 Euro
+ eine PR-Meldung	2.100 Euro
4-wöchentlich	3.510 Euro
+ drei PR-Meldungen	3.960 Euro



Format: 440 x 440 px

SQUARE AD

(einzeln oder in Kombination mit PR)

Platzierung: Startseite (rollierend)
maximal acht Squard Ad oder Skyscraper gleichzeitig

Preis: 2-wöchentlich	860 Euro
+ eine PR-Meldung	1.010 Euro
4-wöchentlich	1.540 Euro
+ zwei PR-Meldungen	1.840 Euro

Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer



Format: 440 x 895 px

SKYSCRAPER

(einzeln oder in Kombination mit PR)

Platzierung: Startseite (rollierend)
maximal acht Skyscraper oder Squard Ad gleichzeitig

Preis: 2-wöchentlich	1.150 Euro
+ eine PR-Meldung	1.300 Euro
4-wöchentlich	2.070 Euro
+ zwei PR-Meldungen	2.370 Euro

Rabatte bei Bannerschaltungen innerhalb eines Jahres:

3-mal 5%, 6-mal 10%, 9-mal 15%, ab 12-mal 20%

15% AE-Provision ausschließlich auf Banner-Werbung

Bereitstellung der Daten:

Senden Sie Ihre Daten spätestens fünf Tage vor Kampagnenstart.

Dateiformate Banner: jpg, gif, png

VERÖFFENTLICHUNGEN VON PR-MELDUNGEN (auch mit Einbindung von Videos)

Eine **PR-MELDUNG** auf der Startseite von objekt-online.de (max. 250 Zeichen) mit Einbindung eines Fotos.
Nach Klick auf den Text erscheint die Langfassung der PR-Meldung (bis zu 8 Fotos).

550 Euro

PR-Meldungen innerhalb eines Zeitraums von 12 Monaten (flexibler Start)

4 PR-Meldungen	2.200 Euro	abzgl. 5 Prozent Rabatt	2.090 Euro
6 PR-Meldungen	3.300 Euro	abzgl. 10 Prozent Rabatt	2.970 Euro
9 PR-Meldungen	4.950 Euro	abzgl. 15 Prozent Rabatt	4.207 Euro
12 PR-Meldungen	6.600 Euro	abzgl. 20 Prozent Rabatt	5.280 Euro
15 PR-Meldungen	8.250 Euro	abzgl. 25 Prozent Rabatt	6.187 Euro

Text- und Bilddateien an die Redaktion:

redaktion@objekt-verlag.de

Datenformate:

alle gängigen Bilddatenformate
(jpg, tiff, eps usw.)

PR-Meldungen werden fachgerecht von unserem Redaktions-Team überarbeitet.

Produkt-, Anwendungs- oder Veranstaltungsvideos können zusätzlich zur PR-Meldung in der Fotogalerie mit veröffentlicht werden. Ferner werden die Videos auf OBJEKT tv und in unserem YouTube-Channel eingestellt.

150 Euro

Interview / Pressetermin

2.550 Euro

+ Superbanner (4-wöchentlich)

4.500 Euro

Artikel werden automatisch zum Firmeneintrag/Branchenbuch hinzugefügt. Hier finden Sie die zum Unternehmen gehörenden Kontaktdaten nebst Verlinkung zur Unternehmens-Website, das Logo, die Schwerpunkte sowie alle online veröffentlichten Artikel. Zusätzlich sind dort alle bisher in der Fachzeitschrift OBJEKT veröffentlichten redaktionellen Beiträge im Bereich »Fachartikel Print« aus den letzten zehn Jahren aufgeführt.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

SCHWERPUNKTTHEMEN

Dezember 2025 / Januar 2026

- Messebericht »Branchentag Holz«
- Natürliche Böden: Parkett, Laminat, Kork
- Oberflächen – schützen, erneuern, pflegen

Februar/März 2026

- Messebericht »Heimtextil« und »Domotex«
- Neuheiten

April/Mai 2026

- Fassaden fit machen
- Lösungen für den Ladenbau

Juni/Juli 2026

- Wohngesundes Bauen

August/September 2026

- Elastische Beläge: Geklebt oder geklickt

Oktober/November 2026

- Sanierung von Bestandsbauten

Dezember 2026 / Januar 2027

- Fokus auf textile Objektbeläge
- Übergang und Abschluss: Profile und Leisten
- Messebericht »BAU«

PREISE STELLENANGEBOTE & STELLENGESUCHE

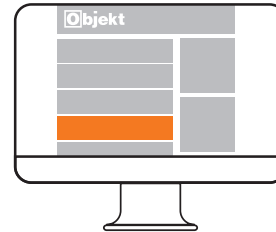
Nicht nur Entscheider informieren sich bei objekt-online.de, sondern auch Fachleute und Spezialisten auf der Suche nach neuen Herausforderungen. Ihr Vorsprung im »War for Talents«!

Stellenangebote und Stellengesuche Online



STELLENANGEBOT

Preis: 800 Euro

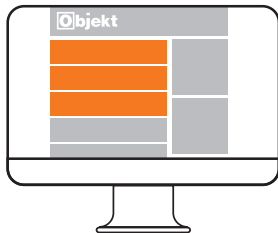


STELLENGESUCH

Preis: 110 Euro

Stellenangebote und Stellengesuche OnlinePlus

erscheint im Teaser an prominenter Stelle | bleibt in der Liste der Stellenangebote oben fixiert

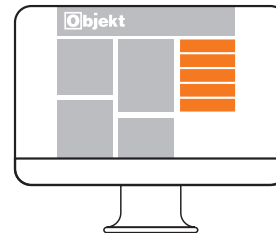


STELLENANGEBOT OnlinePlus

Preis: 1.000 Euro

STELLENGESUCH OnlinePlus

Preis: 130 Euro



**Teaser auf der Startseite
bei Stellenangebote OnlinePlus und
Stellengesuche OnlinePlus inklusive**

Alle Preise gelten für einen Zeitraum von 4 Wochen
zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

KURZCHARAKTERISTIK

OBJEKT tv ist ein Branchensender für alle am Fußbodenbau und der Raumausstattung Beteiligten: Industrie, Verbände, Institutionen, Fach-Großhandel, Fach-Einzelhandel und Handwerk.

Wir informieren über Neuigkeiten und Entwicklungen der Branche, berichten über neue Produkte und Herstellungsverfahren, besuchen Schulungen, Messen sowie Road-Shows und zeigen mit unseren Hintergrundreportagen ein bewegtes Bild der Branche.

Der User von OBJEKT tv hat jederzeit und von allen Geräten aus Zugriff auf die Medieninhalte der Online-Plattform, egal ob von unterwegs oder zu Hause.



BANNERFORMATE & PREISE

OBJEKT tv ist ein Branchensender für alle am Fußbodenbau und der Raumausstattung Beteiligten. Erreichen Sie sie mit Werbung in direkter Nachbarschaft zu passendem Content.

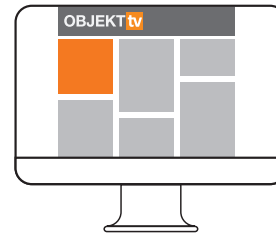


Format: 440 x 895 px

SKYSCRAPER

Platzierung: Startseite

Preis: 1.150 Euro pro Monat



Format: 440 x 440 px

SQUARE AD

Platzierung: Startseite

Preis: 860 Euro pro Monat

VIDEOPRODUKTION

Erstellung eines individuellen Videobeitrags für Ihr Unternehmen + Veröffentlichung des Videos in einer entsprechenden Rubrik* von OBJEKT tv.

Zusätzlich kostenfrei, wenn gewünscht: Veröffentlichung des Videos auf dem YouTube-Kanal und Anteaern auf der LinkedIn-Seite von OBJEKT tv sowie auf objekt-online.de

Preis auf Anfrage

Videobeitrag auf OBJEKT tv

Einstellung eines unternehmenseigenen Videobeitrags in einer entsprechenden Rubrik*

59 Euro

*Rubriken: Markt/Aktuell | Produkte | Praxis/Recht | Reportage | Unternehmen

Alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer

KONTAKTDATEN

Verlag: Objekt Verlag GmbH

Ansprechpartnerin für Werbung:

Sabine Langanke

Anschrift:

Breite Straße 22

40213 Düsseldorf

Telefon +49 (0) 178 5596000

langanke@objekt-verlag.de

www.objekt-online.de · www.objekt.tv

Zahlungsbedingungen:

Bei Zahlung innerhalb 8 Tagen nach Rechnungsdatum

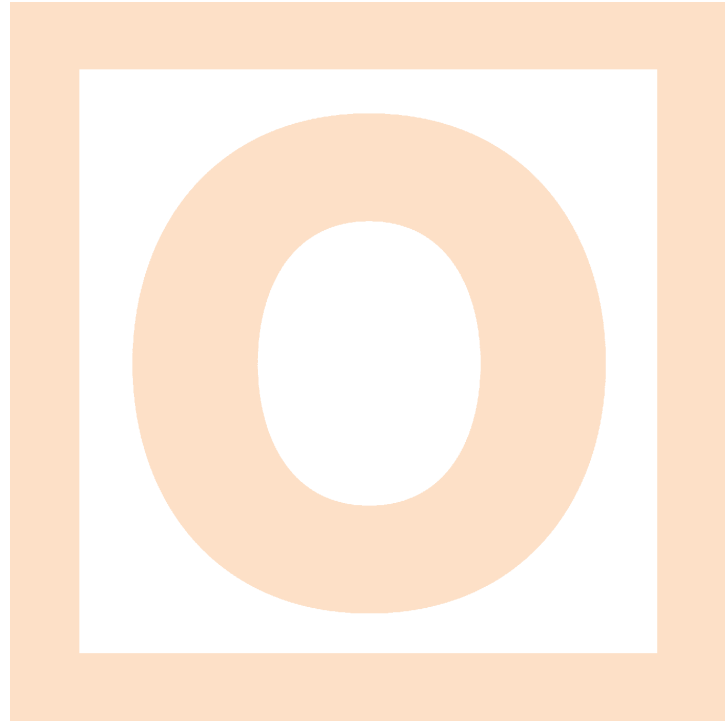
3% Skonto oder innerhalb 14 Tagen netto ohne Abzug

Zahlungsmöglichkeit:

Stadtsparkasse Düsseldorf

IBAN: DE45 3005 0110 1005 6237 21

BIC: DUSSEDDXXX



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ONLINE-WERBUNG

1. Werbeauftrag

»Werbeauftrag« ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel eines Werbungtreibenden als Auftraggeber (im Folgenden »AG«) in digitalen Medien des Verlages/Vermarkters (im Folgenden »Verlag«) zum Zwecke der Verbreitung des Werbemittels. Die AGB des AG gelten nicht, auch wenn der Verlag ihnen nicht explizit widerspricht (s. auch Ziffer 20.1.). Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die jeweils aktuellen Preislisten und technischen Werbemittel-Spezifikationen.

2. Werbemittel

2.1. Ein Werbemittel kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem Bild oder Text, aus Tonfolgen und Bewegtbildern,
- aus einem Link, der nach Anklicken eine Verbindung zu einer vom AG genannten Internet-Adresse herstellt, die im Bereich des AGs oder eines Dritten liegen.

2.2. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden kenntlich gemacht.

2.3. Für die Veröffentlichung von Werbemitteln kommen grundsätzlich die Formate infrage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Sonderwerbformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch den Verlag möglich.

3. Vertragsschluss und Buchungskonditionen

3.1. Ein Vertrag über Werbemittel kann geschlossen werden pro einzelner Werbemittel oder für eine Anzahl von Werbemitteln. Im Rahmen dieser Verträge können feste Termine für einzelne Veröffentlichungen vereinbart werden, es ist aber auch möglich, die einzelnen Aufträge über einen Zeitraum auf Abruf abzuwickeln, vgl. dazu Ziffer 4.

3.2. Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich zustande durch:

- das Angebot zum Vertragsschluss durch den AG in Textform
- und die Annahme des Auftrages durch die Auftragsbestätigung des Verlages in Textform oder durch Veröffentlichung des Werbemittels. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen sind rechtlich unverbindlich.

3.3. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen, d.h. die Werbeagentur ist selbst Vertragspartner des Verlages nach diesen AGB. Aufträge von Werbeagenturen werden nur für namentlich bezeichnete

und identifizierbare Werbungtreibende angenommen. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur den Mandatsnachweis im Original zu verlangen und sich auch den Status als Agentur nachweisen zu lassen.

3.4. Die Abrechnung erfolgt auf Basis der Preisliste bzw. Verlagsberechnung.

4. Abwicklungsfrist

4.1. Soweit ein Vertrag über eine Anzahl von Werbemitteln geschlossen wird, sind diese innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss zur Veröffentlichung abzurufen. Ist im Rahmen eines Vertrages das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der gesamte Auftrag innerhalb eines Jahres seit Veröffentlichung des ersten Werbemittels abzuwickeln, sofern das erste Werbemittel innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wurde.

Wird die Einjahresfrist von Satz 1 oder Satz 2 nicht eingehalten, so ist der AG verpflichtet, dem Verlag den Differenzbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten, vorbehaltlich weiterer Rechtspflichten, s. Ziffer 15.6.

4.2. 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 Verlages liegt in diesem Fall in der widerspruchsfreien weiteren Abwicklung des Abschlusses mit der neuen Agentur.

5. Terminverschiebung

Die Verschiebung eines vereinbarten Kampagnenstarts ist nur in Textform möglich bis fünf Werktage bis 14:00 Uhr vor dem zunächst vereinbarten Veröffentlichungstermin und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Verfügbarkeiten. Für den neuen Insertionszeitpunkt gelten die jeweiligen aktuellen Konditionen und Preise, die im Internet veröffentlicht sind.

6. Auftragsweiterung

Im Rahmen von Verträgen über Werbemittel ist der AG berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist und unter dem Vorbehalt vorhandener Verfügbarkeiten, auch über die im jeweiligen Vertrag genannte Menge hinaus, weitere Werbemittel in Textform abzurufen, vorbehaltlich der Bestätigung durch den Verlag in Textform.

7. Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist nur möglich in Textform bis spätestens zwei Wochen vor der vereinbarten Veröffentlichung des Werbemittels. Eine fernmündliche oder mündliche Stornierung ist nicht möglich.

8. Veröffentlichungszeitraum, Platzierungsangaben sowie Rotation

8.1. Der Veröffentlichungszeitraum bestimmt sich individuell nach dem gebuchten Zeitraum.

8.2. Ein Anspruch auf eine Platzierung des Werbemittels in einer bestimmten Position auf dem jeweiligen digitalen Medium besteht nicht. 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.

8.3. Werden mehrere Werbemittel für eine Buchung geliefert, lässt der Verlag diese standardmäßig rotieren, es sei denn der AG hat dem Verlag in einem Motivplan aufgegeben, wann welches Werbemittel zu veröffentlichen ist.

9. Bereitstellung des Werbemittels

9.1. Der AG ist verpflichtet zur vollständigen Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel (Banner, Ziel-URL, Alt-Text und ggf. Motipläne) in der endgültigen digitalen Form bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten ersten Veröffentlichungs-Termin an den Verlag per E-Mail. Für Sonderwerbformen gilt eine Frist von zehn Werktagen.

9.2. Etwaige Abweichungen sind mit dem Verlag unverzüglich in Textform abzustimmen. Das Vorstehende gilt sinngemäß auch für die vom AG genannten Adressen, auf die das Werbemittel verweisen soll.

9.3. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Werbemittel fordert der Verlag Ersatz an. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen.

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

9.5. Die Anzahl der gelieferten Werbemittel bzw. der Motivauschanfragen muss zur gebuchten Medialeistung in einem angemessenen Verhältnis unter Berücksichtigung der Branchenüblichkeit stehen; die Beurteilung der Verhältnismäßigkeit obliegt dem Verlag. Er wird den AG informieren, wenn und soweit eine Unverhältnismäßigkeit festzustellen ist.

9.6. Der Verlag übernimmt für das gelieferte Werbemittel sowie weitere Materialien keine Verantwortung und ist nicht verpflichtet, diese an den AG zurückzuliefern. Der Verlag ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Werbemittel zeitlich unbegrenzt zu archivieren.

9.7. Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterbliebener Anlieferung einwandfreier und geeigneter Werbemittel nicht durchgeführt werden kann und der Verlag trotz angemessener Bemühungen keine Ersatzbuchung eines Dritten beibringen kann, ist der AG zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.

10. Ablehnungsbefugnis, Zurückziehen sowie Unterbrechung der Werbemittelveröffentlichung

10.1. Werbeaufträge sind für den Verlag bis zur Vorlage des Werbemittels durch den AG und seiner Billigung durch den Verlag kündbar. Der Verlag behält sich zudem vor, Werbemittel im Rahmen eines Abschlusses abzulehnen, wenn

- deren Inhalt gegen Rechte Dritter, gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Form, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Qualität unzumutbar ist oder
- das Werbemittel Werbung für Dritte enthält.

10.2. Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (»Verbundwerbung«), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen Annahmeerklärung des Verlages in Textform. Verbundwerbung berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages gemäß Preisliste. Die Vertragskündigung nach Satz 1 oder die Ablehnung einer Anzeige nach Satz 2 wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

10.3. Der Verlag ist berechtigt, die Veröffentlichung des Werbemittels vorübergehend zu unterbrechen, falls ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Website vorliegt, auf die der Hyperlink im Werbemittel verweist. Dies gilt insbesondere in den Fällen der Ermittlungen oder Verfügungen staatlicher Behörden oder einer Abmahnung eines vermeintlich Verletzten, es sei denn, diese ist offensichtlich unbegründet. Der AG wird über die Sperrung unterrichtet und hat die vermeintlich rechtswidrigen Inhalte unverzüglich zu entfernen oder deren Rechtmäßigkeit darzulegen und ggf. zu beweisen. Der Verlag kann dem AG anbieten, das Werbemittel durch ein alternatives Werbemittel und/oder durch einen Hyperlink auf eine andere Website zu ersetzen unter Wahrung der Fristen gem. Ziffer 9.1. Die insoweit entstehenden Mehrkosten können dem AG nach Nachweis durch den Verlag in Rechnung gestellt werden; die Entscheidung darüber obliegt dem Verlag. Die Sperrung ist aufzuheben, sobald der Verdacht entkräftet ist.

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

11. Rechteeinräumung und -gewährleistung, Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen

11.1. Der AG überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlichen Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar im Rahmen der Vertragserfüllung auf Dritte übertragbar und zeitlich

und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

11.2 Die rechtliche Verantwortung, insbesondere die wettbewerbsrechtliche Verantwortung für den Inhalt sämtlicher bereitgestellter Werbemittel, trägt ausschließlich der AG. Er ist verpflichtet, sorgfältig zu überprüfen, dass die Inhalte nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen und gewährleistet, dass durch den Inhalt der jeweiligen Werbemittel keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Er gewährleistet, im Rahmen der Vertragsbeziehung keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte zu verbreiten oder auf diese Bezug zu nehmen.

11.3. Der AG sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der AG stellt den Verlag auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die bei der notwendigen Rechteverteidigung gegenüber Dritten entstehenden Kosten. Der AG ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechteverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Verlag wird den AG über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter informieren.

12. Gewährleistung und Haftung

12.1. Der Verlag gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Dem AG ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe eines Werbemittels zu ermöglichen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere dann nicht vor, wenn er hervorgerufen wird:

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- oder Hardware (z.B. Browser) des Users oder des Internetdienstleisters oder
- wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe des Werbemittels dessen Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt oder
- durch Störung der Kommunikationsnetze (z.B. aber nicht ausschließlich Leitungs- oder Stromausfall) beim Verlag oder anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens oder Leitungsausfall oder
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte zwischengespeicherte Angebote auf sog. Proxy-Servern (Zwischenspeichern) oder im lokalen Cache

12.2. Von der Gewährleistung ausgenommen sind Störungen, die aus Mängeln oder Unterbrechung des Rechners des AGs sowie der Kommunikationswege vom AG zu den Servern des Verlages entstehen.

12.3. Bei einem Ausfall des 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.

12.4. Sollte die vom Verlag zugesagte Medialeistung am Ende des Veröffentlichungszeitraums nicht erreicht sein, steht dem AG eine Ausgleichsbuchung zu. Mit Ablauf der ursprünglichen Schaldauer gilt das Werk als vollendet im Sinne von § 646 BGB.

12.5. Bei vom Verlag zu vertretender ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder auf Schaltung eines Ersatzwerbemittels, jedoch nur in dem Umfang der Beeinträchtigung. Bei Fehlschlagen oder Unzumutbarkeit der Verlängerung des Veröffentlichungszeitraums bzw. der Veröffentlichung eines Ersatzwerbemittels hat der AG ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages in Bezug auf den Anteil der noch nicht erbrachten Medialeistung; im Übrigen ist ein Rücktrittsrecht ausgeschlossen.

12.6. 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. Gefahrübergang ist mit Eingang des Werbemittels auf einem der Server des Verlages.

12.7. Der Verlag wird mehr als unerhebliche Störungen und Fehler seiner Server schnellstmöglich beseitigen und ist bemüht, unerhebliche Beeinträchtigungen in angemessener Frist zu beseitigen.

12.8. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. Inhalte auf deren Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Seriosität, Qualität und/oder Freiheit von Fehlern zu überprüfen und übernimmt dafür weder ausdrücklich noch konkludent die Gewähr oder die Haftung.

12.9. Schadensersatzansprüche gegen den Verlag bestehen nur

- bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit und Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft;
- in allen anderen Fällen aus Verletzung einer Kardinalspflicht, aus Verzug oder aus Unmöglichkeit für Schäden, mit deren Eintritt bei Vertragsschluss vernünftigerweise zu rechnen war, jedoch nicht für irgendwelche besonderen, zufällig entstandenen oder indirekten Schäden oder Folgeschäden. Gegenüber Kaufleuten ist in jedem Fall die Haftung für grobe und leichte Fahrlässigkeit, bei Erfüllungshelfern, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz, auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren und vom AG nicht beherrschbaren Schaden begrenzt. Soweit eine Kardinalspflicht im vorgenannten Sinne fahrlässig verletzt wurde, haftet der Verlag höchstens bis zur Höhe der Vergütung, die er für die Schaltung des jeweiligen Werbemittels erhält oder erhalten hätte.

12.10. Die Haftung für Schäden wegen der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit und nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt.

12.11. Auf Mängel können Schadensersatzansprüche des AGs nur gestützt werden, soweit sie vom Verlag gem. §§ 276, 278 BGB zu vertreten sind.

12.12. Der Verlag übernimmt, abgesehen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, keine Haftung für die Zugangsqualität und -möglichkeit und die Qualität der Darstellung, für Speicherausfall, Unterbrechung, evtl. Verspätung, Löschung und Fehlerübertragung bei der Kommunikation.

12.13. Der AG haftet für alle Folgen und Nachteile, die dem Verlag durch die missbräuchliche oder rechtswidrige Verwendung der Dienste oder dadurch entstehen, dass der AG seinen sonstigen Obliegenheiten nach diesen AGB nicht nachkommt.

12.14. Die vorstehenden Ziffern erstrecken sich auch auf die organschaftlich oder vertraglich bestimmten Vertreter des Verlages sowie auf ihre Erfüllungsgehilfen.

12.15. 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.

12.16. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Werbemittel.

13. Mängelrüge

Bei beiderseitigen Handelsgeschäften hat der AG 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.

14. Vergütung und Preisliste

14.1. Die Vergütung der Leistung des Verlages richtet sich grundsätzlich nach der im Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils gültigen Preisliste, die jeweils im Internet veröffentlicht ist.

14.2. Die Nettopreise verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

14.3. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten.

15. Zahlungsbedingungen

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

16. Zahlungsverzug

16.1. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für noch ausstehende Schaltungen Vorauszahlung verlangen. Objektiv begründete Zweifel an der Zah-

lungsfähigkeit des AG berechtigen den Verlag, auch während der Laufzeit des Vertrages, die Veröffentlichung weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16.2. Bei Werbeaufträgen einer Werbeagentur tritt diese mit Zustandekommen des Vertrages ihre dementsprechenden Zahlungsansprüche gegen den Agenturkunden sicherungshalber an den Verlag ab, der diese Abtretung annimmt. Der Verlag ist berechtigt, diese Sicherungsabtretung gegenüber dem Agenturkunden offenzulegen, wenn die auftraggebende Agentur sich mit der Begleichung der Rechnung des Verlages mindestens 30 Tage in Verzug befindet.

17. Außerordentliche Kündigung

Der Verlag ist zur schriftlichen außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn

- der AG seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist,
- der AG in der Vergangenheit bereits einmal das Werbemittel bzw. die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat,
- der AG trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt,
- der AG ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot des Verlages zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt.

Im Falle der außerordentlichen Kündigung kann der Verlag mit sofortiger Wirkung die Veröffentlichung des oder der Werbemittel absetzen. Im Falle einer außerordentlichen Kündigung seitens des Verlages hat der AG, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Differenzbetrag zwischen dem gewährten Rabatt und dem Rabatt, wie er sich nach erfolgter Kündigung bezogen auf die tatsächlich erfolgte Veröffentlichung des oder der Werbemittel errechnet, an den Verlag zu erstatten.

18. Datenschutz

18.1. Der AG wird hiermit gemäß Telemediengesetz (TMG), Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen wie beispielsweise die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) davon unterrichtet, dass die von ihm im Rahmen des Werbeauftrags angegebenen personenbezogenen Daten ausschließlich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der AG diese angegeben hat, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzung erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.

18.2. Der Verlag ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des AG bzw. des Interessenten im Rahmen der Auftragserteilung und -bearbeitung sowie der Verfügbarkeitsanfrage zu erheben, zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um dem AG die Schaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen des Verlages zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Ferner ist der Verlag berechtigt, auf diese zur Erhaltung seiner Betriebsfähigkeit zuzugreifen. Der Verlag gewährleistet die vertrauliche Behandlung dieser Daten.

18.3. Der AG kann jederzeit – nach schriftlicher Anfrage – die zu seiner Person gespeicherten persönlichen Daten unentgeltlich beim Verlag einsehen.

18.4. Der Verlag verpflichtet sich seinerseits zur Einhaltung sämtlicher einschlägiger datenschutzrechtlicher Vorschriften.

19. Gerichtsstand und anwendbares Recht

19.1. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.

19.2. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Sämtliche Rechtsbeziehungen aus diesem Vertrag unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

19.3. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthaltsort des AG zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der AG nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

20. Schlussbestimmungen

20.1. Die Gültigkeit etwaiger AGB des AG – die der Verlag vor oder nach Vertragsschluss vom AG übersandt oder auf andere Weise zur Verfügung gestellt werden oder auf die sich der AG bezieht – ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen oder der Verlag den anderen AGB nicht zugestimmt hat, ausdrücklich

ausgeschlossen. Insbesondere führt die Unterlassung eines Widerspruchs bzw. eine unterbliebene Zurückweisung anderer AGB seitens des Verlages nicht dazu, dass diese damit als vereinbart gelten.

20.2. Der Verlag behält sich eine jederzeitige Änderung der AGB sowie Preisliste vor. AGB- und Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige angekündigt werden. In diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu, das innerhalb von 10 Werktagen in Textform nach Zugang der Änderungsmitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden muss.

20.3. Änderungen und Ergänzungen dieser AGB einschließlich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.

20.4. Sollte eine Regelung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so soll dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt lassen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine solche wirksame Regelung treten, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahekommt.

20.5. Die Regelung in diesen AGB gehen im Konfliktfalle den Regelungen in den Preislisten, Rabattstafeln, den Targeting-Kriterien etc. vor.