

MEDIADATEN ONLINE

MEDIADATEN ONLINE



Gültig ab 11.8.2008



MEDIA KG

Standardwerbeformen

Unsere Standardwerbeformen sind für alle Online-Objekte buchbar.

Werbeform	Format	TKP (€)
Fullsize-Banner	468 x 60	20
Super-Banner	728 x 90	30
Super-Banner Expandable	728 x 270	45
Skyscraper	120 x 600	35
Sticky Skyscraper	120 x 600	40
Wide Skyscraper	160 x 600	40
Skyscraper Expandable	400 x 600	50
Content Ad	300 x 250	55
Content Ad Expandable	400 x 400	60
Wide Content Ad	430 x 250	auf Anfrage*
Flash Layer	400 x 400	65
Flash-Layer + Fullsize-Banner		70
Flash-Layer + Super-Banner		70
Flash-Layer + Skyscraper		70
Flash-Layer + Content Ad		80
Wallpaper		80
Wallpaper Expandable		auf Anfrage*

* Nicht auf allen Objekten realisierbar.

Video-Advertising

Überzeugen Sie mit Bewegtbildern und machen Sie Ihre Marke erlebbar.

Werbeform	Format	TKP (€)
Video Ad	300 x 250 (max. 15 sec.)	85

Page Peel

Überzeugen Sie mit einer dynamisch animierten Werbeecke und locken Sie interessierte Besucher.

Werbeform	Format	TKP (€)
Page Peel	ganzseitig	65

Advertorials | Content-Kooperationen | Gewinnspiele

Nutzen Sie das redaktionelle Gütesiegel für Ihre Werbemaßnahmen und überzeugen Sie mit kreativen Integrationen.

Werbeform	Laufzeit	Preis (€)
Advertorial <i>Individuelle Themen-Specials im Look&Feel der Online-Marke.</i>	4 Wochen	auf Anfrage
Content-Kooperationen* <i>Individuelle Kooperationen für einzigartige Kampagnen.</i>		auf Anfrage
Gewinnspiel-Kooperation* <i>Attraktive Gewinnspiel-Kooperationen mit Mehrwertcharakter zur Nutzeraktivierung, inkl. Adressdatenübermittlung.</i>		auf Anfrage

Take-Over

Setzen Sie Ihre Marke in Szene und profitieren Sie von einer erfolgreichen Online-Plattform.

Werbeform	Laufzeit	Preis (€)
Homepage Take-Over* <i>Individuelle Gestaltung der Homepage.</i>	individuell	auf Anfrage

* Nicht auf allen Objekten realisierbar.

BAUER's Best

Das BAUER's Best Portfolio bietet attraktive Vermarktungsbausteine für erfolgreiche Kampagnen.



Produkt	Leistung	TKP (€)
BAUER.reach <i>Belegung der vollen Reichweite des BMO-Portfolio.</i>	> 1 Mio. Als	8 ¹
BAUER.reach Plus <i>Mit hochwertigen Werbemitteln die volle Reichweite des BMO-Portfolio belegen.</i>	> 1 Mio. Als	60 ²
BAUER.prime <i>Exklusiv-Belegung zur reichweitenstarken Primetime auf TVMovie.de.</i>	> 1 Mio. Als	95 ³
BAUER.video <i>Bewegtbildformate auf ausgewählten Seiten des BMO-Portfolio.</i>	auf Anfrage	85
BAUER.exklusiv ⁴ <i>Belegen Sie exklusiv für einen Tag einen unserer reichweitenstärksten Online-Titel.</i>	auf Anfrage	individuell je Objekt

¹ Abzgl. 60% Reach-Rabatt.

² Abzgl. 63% Reach Plus-Rabatt.

³ Abzgl. 75% Prime-Rabatt.

⁴ Realisierbar auf bravo.de, autozeitung.de, tvmovie.de

Umsatzrabattstaffel

Rabatte für Kunden-Bruttoumsätze innerhalb eines Kalenderjahres.

Brutto-Umsatz	Rabatt
ab 25.000 €	5 %
ab 50.000 €	10 %
ab 100.000 €	15 %
ab 150.000 €	20 %

1. Werbeauftrag

1.1 Werbeauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung einer oder mehrerer Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstiger Interessenten in Informations- und Kommunikationsdiensten (insbesondere, aber nicht nur dem Internet) zum Zwecke der Verbreitung durch den Anbieter.

1.2 Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste, die einen integralen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Interessenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbemittel

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

- aus einem Bild oder Text, aus Tonfolgen und bewegten Bildern,
 - aus einer sensitiven Fläche, die beim Anklicken eine Verbindung zu einer vom Auftraggeber festgelegten Internetadresse mit weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen.
- Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsabschluss/Beschaffenheit der Leistung

3.1 Sämtliche Angebote des Anbieters sind unverbindlich. Sie stellen lediglich eine Aufforderung an den Auftraggeber dar, seinerseits ein Angebot abzugeben. Ein Vertrag über einen Werbeauftrag kommt zustande durch

- a) schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Angebots oder
- b) die online erfolgende Verbreitung der Werbung.

Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen sind nicht verbindlich. § 312 e Abs. 1 S.1 Nr.1 bis 3 und S. 2 BGB finden keine Anwendung. Soweit Werbe- bzw. Mediaagenturen Werbeaufträge erteilen, kommt der Vertrag mit der Werbe- bzw. Mediaagentur zustande, wenn nicht etwas anderes vereinbart wird.

3.2 Öffentliche Äußerungen des Anbieters, insbesondere in der Werbung oder bei der Kennzeichnung, stellen keine Beschreibungen der Beschaffenheit der Leistung oder eine Garantie derselben dar. Maßgeblich sind allein die Angaben in der Preisliste, der Auftragsbestätigung sowie diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Von der vereinbarten Beschaffenheit sind insbesondere nicht umfasst

- die Verwendung einer geeigneten Darstellungs-Software (z.B. Browser) und/oder Hardware (z.B. Speicherkapazitäten) durch den User,
- die Stabilität der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
- die Rechnerstabilität bei Internet-Providern oder Online-Diensten bzw. die Vollständigkeit und/oder Aktualisierung der Angebote auf so genannten Proxy-Servern (Zwischenspeichern) kommerzieller und nicht kommerzieller Provider und Online-Dienste.

4. Abwicklungsfrist

Werbemittel sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen des Vertragsschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt worden, so ist der Werbeauftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen des ersten Werbemittels abzuwickeln, sofern das erste Werbemittel innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

5. Auftragserweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Nr. 4 genannten Frist gegen entsprechende Vergütung auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Nachlasserstattung

6.1 Wird ein Auftrag aus Umständen heraus nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber – unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten – den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

6.2 Sofern nichts anderes vereinbart ist, hat der Auftraggeber rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

7. Platzierungsangaben

Für die Platzierung von Werbemitteln kommen ausschließlich die Formate bzw. die Plätze in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind. Ein Anspruch auf eine bestimmte Platzierung besteht nicht; Platzierungswünsche werden im Rahmen der wirtschaftlichen und technischen Möglichkeiten berücksichtigt.

8. Datenanlieferung

8.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, einwandfreie, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Anbieters entsprechende Werbemittel bis spätestens drei Werktage vor Schaltungsbeginn anzuliefern.

8.2 Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert der Anbieter Ersatz an. Etwaige Änderungen sind mit dem Anbieter unverzüglich schriftlich oder per E-Mail abzustimmen. Die Kosten für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen. Bei nicht rechtzeitiger Vorlage eines einwandfreien Werbemittels wird für dessen Verbreitung keine Gewähr übernommen.

8.3 Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung endet drei Monate nach der letztmaligen Verbreitung des Werbemittels. Nach Ablauf dieser Frist ist der Anbieter berechtigt, das Werbemittel zu vernichten bzw. zu löschen.

9. Ablehnungsbefugnis

Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst oder der Daten vornimmt, auf die durch ein Link verwiesen wird und hierdurch die vorstehenden Voraussetzungen erfüllt werden.

10. Rechtsgewährleistung und -übertragung

10.1 Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Platzierung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung wettbewerbsrechtlicher, strafrechtlicher, urheberrechtlicher und sonstiger gesetzlicher Bestimmungen diesem aus der Schaltung dieses Werbemittels entstehen können. Die Freistellung erstreckt sich auch auf die bei der notwendigen Rechteverteidigung gegenüber Dritten entstehenden angemessenen Kosten. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechteverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen, soweit dies dem Auftraggeber ohne die Verletzung eigener Verpflichtungen gegenüber Dritten und bei Wahrung eigener Geheimhaltungsinteressen möglich ist.

10.2 Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz-, Kennzeichen- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus der Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang und in gleichem Umfang für die auf die Durchführung oder die Beendigung des Auftrags folgenden fünf Werkzeuge. 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.

11. Gewährleistung des Anbieters

11.1 Der Anbieter gewährleistet eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist allerdings bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls.

11.2 Bei fehlerhafter Wiedergabequalität des Werbemittels wird der Anbieter unter Berücksichtigung des §§ 635 Abs. 4, 275 Abs. 2 BGB eine einwandfreie Ersatzwerbung schalten („Nacherfüllung“). Lässt der Anbieter eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung erneut von fehlerhafter Wiedergabequalität, so kann der Auftraggeber den Anzeigenpreis mindern oder vom Werbeauftrag zurückzutreten.

11.3 Weitere Ansprüche des Auftraggebers mit Ausnahme der Ansprüche in Ziffer 13 (Haftung) bestehen nicht.

12. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderer Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags unter Berücksichtigung des § 275 Abs. 2 BGB nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen. Hiervon unberührt bleiben die Rechte des Auftraggebers nach Ziffer 13 (Haftung).

13. Haftung

13.1 Der Anbieter haftet nur für Schadensersatz, wenn

- der Schaden auf dem Fehlen einer garantierten Eigenschaft beruht, deren Zweck gerade die Vermeidung des eingetretenen Schadens war,
- die Haftung unter dem anwendbaren Recht zwingend ist, wie z. B. nach dem ProdHaftG oder in den Fällen der Verletzung der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit,
- der Anbieter schuldhaft eine wesentliche Vertragspflicht (Kardinalpflicht) zu diesem Vertrag oder den Körper des Auftraggebers bzw. des bestimmungsgemäß mit der Leistung des Anbieters in Berührung Kommende verletzt oder wenn
- der Schaden auf grob fahrlässigen oder vorsätzlichen Verhalten des Anbieters beruht.

13.2 In allen anderen Fällen ist die Haftung des Anbieters für Schäden unabhängig von der Rechtsgrundlage ausgeschlossen. Insbesondere haftet der Anbieter nicht für indirekte Schäden, entgangenen Gewinn sowie sonstige Vermögensschäden des Auftraggebers.

13.3 Auf jeden Fall ist die Haftung auf denjenigen Schaden begrenzt, der vertragstypisch ist und den die vertragsbrüchige Partei bei Vertragsschluss aufgrund der ihr zugänglichen Umstände und Fakten vernünftigerweise vorhersehen konnte oder vorhersehen hätte können. Diese Beschränkung gilt nicht, wenn die Haftung unter dem anwendbaren Recht zwingend ist (wie z. B. nach dem ProdHG und im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit).

13.4 Der Haftungsausschluss und die Haftungsbegrenzung nach vorstehenden Absätzen gilt auch für die persönliche Haftung der Arbeitnehmer sowie Erfüllungsgehilfen des Anbieters.

14. Preisliste

14.1 Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung im Internet veröffentlichte Preisliste. Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer. Eine Änderung der Tarife gegenüber Unternehmern bleibt vorbehalten. Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind

Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden.

14.2 Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von fünf Werktagen

nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

15. Zahlungsbedingungen

Die Rechnungsstellung erfolgt zum Erscheinungstag der Werbung. Zahlungen müssen innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug erfolgen. Bei Zahlungseingang innerhalb von sieben Tagen werden 2% Skonto gewährt, wenn keine älteren Rechnungen unbezahlt sind.

Bankverbindung: Hypovereinsbank München

BLZ 700 202 70

Kontonummer 665 897 443

16. Zahlungsverzug

16.1 Bei Zahlungsverzug (§ 286 BGB) oder Stundung werden Zinsen (gegenüber Verbrauchern gemäß § 288 Abs. 1 BGB, im Übrigen gemäß § 288 Abs. 2 BGB) und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen.

16.2 Begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung der für diese Schaltung erforderlichen Beträge bzw. von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen oder der Leistung einer entsprechenden Sicherheit abhängig zu machen.

17. Kündigung

17.1 Kündigungen von Werbeaufträgen (§ 649 BGB) müssen schriftlich oder per E-Mail an die Geschäftsadresse des Anbieters erfolgen.

17.2 Im Falle einer Kündigung durch den Auftraggeber kann der Anbieter anstelle des vereinbarten Entgelts (§ 649 S. 2 BGB) eine „Stornogebühr“ verlangen, die sich nach folgenden Prozentsätzen berechnet:

- bis zu vierzehn Tage vor dem ersten Tag der Schaltung: keine Stornogebühr,
- bis zu sieben Tage vor dem ersten Tag der Schaltung: 25% des vereinbarten Entgelts,
- bis zum Tage vor dem ersten Tag der Schaltung: 50% des vereinbarten Entgelts und
- danach: 100% des vereinbarten Entgelts.

17.3 Auf den Anspruch des Anbieters auf Zahlung der Stornogebühren ist anzurechnen, was der Anbieter infolge der Kündigung erspart bzw. durch anderweitige Vermarktung der Werbefläche erwirtschaftet oder zu erwerben böswillig unterlässt. Der Anbieter ist daher berechtigt, nicht aber verpflichtet, die durch die Kündigung frei gewordene Werbefläche anderweitig zu vermarkten. Dem Auftraggeber obliegt der entsprechende Nachweis.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

19. Erfüllungsort/Gerichtsstand/geltendes Recht

19.1 Es gilt ergänzend deutsches Recht. Das einheitliche UN-Kaufrecht findet keine Anwendung. Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.

19.2 Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters.

19.3 Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

20. Wichtiger Hinweis

Mit der Buchung verpflichtet sich der Auftraggeber, die Werbemittel und Schaltmotive sowie die frei zugänglichen Bereiche (d.h. die Bereiche ohne Adult Check) des jeweiligen Online-Angebotes, auf die die Banner oder sonstigen Werbemittel linken, nach den Bestimmungen von FSK 16 zu gestalten. Die Jugendschutzgesetze sind einzuhalten.