

Online-Mediadaten 2016



Inhaltsverzeichnis

Kurzportrait und Zielgruppe	3
Leistungsüberblick	4
Werbeformen – Image Marketing	5
Werbeformen – Content Marketing	8
Werbeform – E-Mail Marketing	11
Starterpakete	12
Preise & Formate im Überblick	13
Rabatte	14
Anzeigenauftrag	15
Kontakt, Technische Daten & Anlieferung	16
AGB	17

► Kurzportrait und Zielgruppe

Das Onlinemagazin ImmoCompact versteht sich als unabhängiges Fachmagazin für die Immobilienwirtschaft. Die Expertise für alle Berufsgruppen der Immobilienwirtschaft wird vom Praxisverband BVFI – Bundesverband für die Immobilienwirtschaft eingebracht. Der Fokus liegt dabei auf folgenden Themenrubriken: Personen, Immobilienmakler, Verwaltung, Steuern & Recht, Investment und Architektur. Als Onlinemagazin verarbeiten wir Informationen tagesaktuell und stehen zudem für eine kompakte sowie multimediale Kommunikation über Newsletter sowie Standalone Newsletter.

Entdecken Sie in einem attraktiven Werbeumfeld das Potenzial für Ihre Botschaft.

Die Zielgruppen sind:

- Makler, Sachverständige, Verwalter
- Architekten, Bauträger
- Generalunternehmer, Initiatoren
- Unternehmer
- Bauherren
- Projektierer
- Finanziere
- Haus- & Immobilieneigentümer

► Leistungsüberblick

Image Marketing Banner-Formate	Wallpaper
	Homepage Takeover/Leaderboard
	Medium Rectangle
	Content Banner
	Newsletter Content Banner
Content Marketing Formate	Website Advertorial
	Content Ad
	Newsletter Advertorial
	Premium-Interview
	Exklusiv-Interview
E-Mail Marketing	Standalone Newsletter

► Werbeformen – Image Marketing



Wallpaper

728 x 90 px + 160 x 600 px
TKP: 50 €



Homepage Takeover

160 x 600 px + 1.000 x 90 px + 160 x 600 px
TKP: 55 €

oder

Leaderboard

1.000 x 90 px
TKP: 50 €



Medium Rectangle

300 x 250 px

TKP: 40 €



Content Banner

600 x 160 px

TKP: 30 €

Newsletter Banner

Der ImmoCompact Newsletter erscheint 2x wöchentlich, liefert Brancheninsidern aktuelle News und Facts aus der Immobilienwirtschaft.

Das Medium erreicht pro Versand 12.500 Abonnenten.

Je Ausgabe bieten wir eine attraktive und exklusive Bannerplatzierung.



Newsletter Content Banner

728 x 90 px (nur jpg)

600 €/Versand

800 €/Woche

2.000 €/Monat

► Werbeformen – Content Marketing

Content Marketing Formate erscheinen auf immocompact.de.
Sie werden im redaktionellen Teil der Rubriken angeteasert.



Website Advertorial

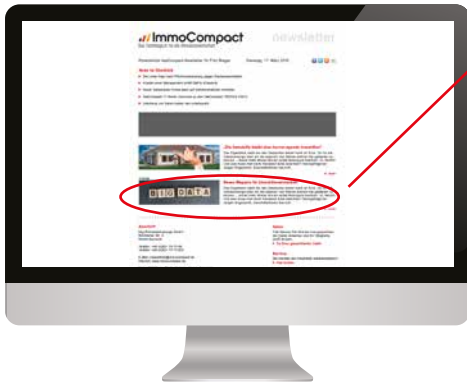
werblich gekennzeichnete redaktioneller Beitrag
1.500 – 3.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
Inklusive Bild: 760 x 440 px
einmalig: 300 €

Content Ad

Headline (64 Zeichen inkl. Leerzeichen)
Kurztext (100 Zeichen inkl. Leerzeichen)
Bild (102 x 142 px oder 130 x 74 px)
Call to Action/Link
Platzierung in der Sidebar
TKP: 40 €

Newsletter Advertorial

Im ImmoCompact Newsletter kann der redaktionelle Beitrag auf immocompact.de noch einmal angeteasert und damit mit zusätzlicher Reichweite versehen werden.
Der Teasertext verlinkt direkt auf das Website Advertorial.



Newsletter Advertorial

Headline, Teasertext (max. 35 Worte)

Bild: 1.000 x 300 px (96 dpi)

600 €/Versand

800 €/Woche

2.000 €/Monat

Die neue ImmoCompact Interview-Serie

Premium-Interview

Interview (max. 500 Zeichen) mit Einbindung von Kurzvita/Unternehmensdarstellung auf der Website

Inklusive Bild (max. 350 x 440 px)

Integration Ihres individuellen Unternehmenslogos (als Vektordatei, z. B. eps)

Call to Action/Link

einmalig: 150 €

Exklusiv-Interview

Leistungspaket wie bei Premium-Interview und zusätzlich:

einmaliger Versand über den ImmoCompact Newsletter (12.500 Empfänger)

Top-Thema im Newsletter

Berücksichtigung von Veröffentlichungstermine, sofern redaktionell möglich

einmalig: 250 €

ImmoCompact
Das Fachmagazin für die Immobilienwirtschaft

News Start Dienstleistungen YouTuber
Suche
Login Registrieren Facebook Twitter LinkedIn

Personen Markt Dienstleistung Recht Investment Bau Qualität Finanzen

02. März 2016

„Das Maklerwesen verändert sich in einem sternenberaubenden Tempo?“
Interview: Digitalisierung, veränderte Frage, Regulierungswahl, u. a. m. – was bedeutet all das für die mittelständische Immobilienwirtschaft? ImmoCompact hat mit dem Markt- und Immobilienredakteur Christian Gierl Thomas Nitsche, RE/MAX Broker Oberwiesenthaler aus Berlin, Antworten auf fünf wichtige Branchenfragen.

Hart Nitsche: Was ist ein starkes und akkuratfähiges Immobilienbüro aus?
Die Welt verändert sich ständig. Wer heute stark ist, muss nicht zukunftsfähig sein. Es ist wichtig, dass man als Makler angepasst auf die Veränderungen im Markt reagiert. Innovationen und Anpassungsfähigkeit ist gefragt. Momentan verändert sich das Maklerwesen in einem sternenberaubenden Tempo.

Abtische News
1) Beliebtheit bei Schimmel und Feuchtigkeit
2) Hochwasserhonorar gegen betriebliche Zusageerfüllung
3) Deutscher Wohnungsmarkt im Preisrückgang: Käufer oder Mieter?
4) Bauvertragsprüfung: Ostpreis, Stichtag, Energie, WpFristen
5) Steuer: Familien legen Wert auf Betriebsrat in Wohnvermiet!

Die Digitalisierung einer Chance oder Gefahr für die mittelständische Immobilienwirtschaft?
Sie ist erst einmal da, wie der Regen. Nur nach Regen kommt Sonnenschein, aber die Digitalisierung wird kontinuierlich, so man will oder nicht. Für den, der sich nicht darauf einstellt, werden zur Gefahr, denn er wird unweigerlich vom Markt rausgeschoben.

Ein großer Teil stellt sich gewissermaßen darauf ein und macht das nötige. Heute verwendet kaum eine seine Exposé per Post und inseriert nur in der Zeitung. Auch das ist Digitalisierung, wird aber als solche kaum wahrgenommen.

Aber für die, die vorne mitziehen und die Möglichkeiten der Digitalisierung ausnutzen und offen sind für Neues, sich anpassen und inspirieren lassen ist große Chancen.

Wie lässt sich der schweizer Ruf der Immobilienmakler verbessern?
Das liegt hauptsächlich an der agierenden Person. Wenn in der Branche überhaupt einige Personen arbeiten, dann hat die Branche einen guten Ruf. Jede Branche verliert ein gewisses Maß an schweizerischen Werten. Wenn diese verloren gehen, dann klappt die Branche. Eine Meinung ist einmal geäußert, das dauert es lange und bedarf enormer Anstrengungen wieder umkehren zu können. Eine Markt-Zugangs-Barriere, wie die auf dem Energie- und Bauhandwerkswesen, wie ein Schutz in die richtige Richtung. Und auch das Bestreben für Verkäufer würde durch Marktbesetzung für eine rasche Inanspruchnahme sorgen.

Nur soll man kein Problemfeld als einen nach dem Stand halten. Wenn man als Makler mit positiven Beispiel vorgeht und einen perfekten Dienstleistung anbietet, die Kunden begeistert, dann hat man einen Beitrag geleistet.

Auch die Verträge und Systeme sind gefragt. Hier genauer hin zu schauen. Ziehens Mitglieder sind eine der Ruf der ganzen Branche.

Was stark verändert das Dienstleistungs- und die städtische Immobilienwirtschaft?
In den Zeiten vor dem Bestreben für mehr ist nur sehr selten vermischt. Es war die Ausnahme. Selbst es in Kraft ist, nimmt die Vermietung zu, ohne dass wir aktiv Marketing dafür betreiben. Unsere Geschäftsführung, wenn der Vermieter die Dienstleistung bekommt, muss dann selbst erkläre genaugen auf die Qualität.

Wie stark belasten Sie die ständig neuen Gesetze und Regelungen?
Wir können schnell unsere Geschäftsprozesse anpassen und sehen das als Chance. Leider ist der schnelle rechtliche Wandel für den Geschäftskunden nicht so einfach. Wir haben es uns viel vorgenommen. (m)

Die wollen auch an unserer neuen Interview-Seite teilnehmen? Dann können Sie einfach unter redaktion@immocompact.de den Fragekatalog an und suchen sich danach Ihre fünf Fragen aus.

Facebook Twitter LinkedIn

Zum Verlassen von Kommentaren bitte Anmelden oder Registrieren.

► Werbeform – E-Mail Marketing

Mit diesem Standalone Newsletter informieren Sie exklusiv!

Erreichen Sie die gewünschte Zielgruppe und informieren Sie diese aktuell über Ihre Produkte, Angebote, Veranstaltungen und News per individueller E-Mail.

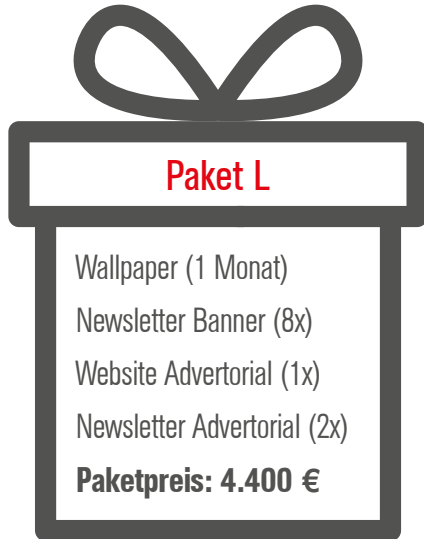
Wir bieten Ihnen die Möglichkeit des personenbezogenen Trackings für Ihr Response-Element. Über den gemeinsamen Umsetzungs- und Abstimmungsprozess des Mailings gewähren wir Ihnen absolute Transparenz. So erhalten Sie selbstverständlich ein dauerhaftes und abschließendes Reporting.



Für eine Umsetzung benötigen wir:

- einen Header (600 x 160 px, jpg)
- ein formatiertes Word-Anschreiben ohne Zeichenbegrenzung. Formatiert bedeutet Absätze, Fett- und Kursivschrift, Linksetzung.
- folgende Schriften stehen zur Verfügung: Arial/Times New Roman/Verdana/Courier New
- 12.500 Empfänger
- TKP: 250 €
- einmaliger exklusiver Versand: 1.000 €

► Starterpakete



► Preise und Formate im Überblick

	Werbeform	Format	Weitere Anforderungen	Dateigröße	TKP	Preis
Image	Wallpaper	728 x 90 px + 160 x 600 px	jpg, gif oder swf	80 KB	50 €	-
	Homepage Takeover	160 x 600 px + 1.000 x 90 px + 160 x 600 px	jpg, gif oder swf	80 KB	55 €	-
	Medium Rectangle	300 x 250 px	jpg, gif oder swf	60 KB	40 €	-
	Content Banner	600 x 160 px	nur jpg	50 KB	30 €	-
	Newsletter Banner	728 x 90 px	nur jpg	50 KB	-	800 €/Woche 2.000 €/Monat
Content	Website Advertorial	760 x 440 px	Bild: 96 dpi – Quellenangabe erforderlich; Headline 65 Zeichen; Text bis 3.000 Zeichen	-	-	300 €
	Newsletter Advertorial	1.000 x 300 px	Bild: 96 dpi – Quellenangabe erforderlich; Headline 65 Zeichen; Text 200 Zeichen	-	-	600 €
	Content Ad	102 x 142 px od. 130 x 74 px	Bild: 96 dpi – Quellenangabe erforderlich; Headline 64 Zeichen; Text 100 Zeichen	-	40 €	-
	Premium-Interview	350 x 440 px	Bild: 96 dpi – Quellenangabe, falls notwendig; Text max. 500 Zeichen, Unternehmenslogo als eps	-	-	150 €
	Exklusiv-Interview	350 x 440 px	Bild: 96 dpi – Quellenangabe, falls notwendig; Text max. 500 Zeichen, Unternehmenslogo als eps	-	-	250 €
E-Mail	Standalone Newsletter	600 x 160 px	Bild nur jpg, Anschreiben im Word-Format	-	250 €	1.000 €

► Rabatte

Einfach, transparent, effizient.

Komplizierte Kalkulationen waren gestern. Rabatte gestalten wir planbar und wirkungsvoll: nach Buchungsvolumen. Der Rabattsatz versteht sich pro Auftrag/Buchung und kann auch für Buchungstrecken eingesetzt werden.

Rabattstaffel

Umsatz	Rabattsatz
ab 5.000 €	5%
ab 10.000 €	10%
ab 15.000 €	15%
ab 25.000 €	20%

Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Abgaben und Steuern.
Es gelten die aktuellen AGBs der bbg Betriebsberatungs GmbH.

► Anzeigenauftrag Online-Werbung

Bitte faxen Sie Ihren Auftrag an folgende Nummer: +49 921 75758-20
oder per E-Mail an: rueger@bbg-gruppe.de

Auftraggeber

Firma/Unternehmen

Firmen-/Unternehmenszusatz

Ansprechpartner

Strasse

PLZ/Ort

Tel.

Fax

E-Mail

Erscheinungsdatum:

von (KW, Datum)

bis (KW, Datum)

Preis

Auftrags-Nr.

Auftrags-Datum

Ihr Anzeigenkunde (nur von Werbeagenturen auszufüllen)

Firmenstempel/Unterschrift

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, diese finden Sie auf Seite 16ff.

► Kontakt, Technische Daten & Anlieferung

Herausgeber:

bbg Betriebsberatungs GmbH

Vertrieb:

Andreas Rüger

Jochen Leiber

Bindlacher Str. 4

95448 Bayreuth

Tel.: +49 921 75758-0

Fax: +49 921 75758-20

E-Mail: rueger@bbg-gruppe.de

Redaktion:

BVFI – Bundesverband für die Immobilienwirtschaft,

Mehrwert- und Servicegesellschaft mbH

bbg Betriebsberatungs GmbH

Michael Herrmann

Tel.: +49 921 75758-87

E-Mail: herrmann@bbg-gruppe.de

Technische Abwicklung:

Manfred Schindler

Tel.: +49 921 75758-32

E-Mail: werbemittel@immocompact.de

Datenanlieferung:

bis sieben Arbeitstage vor dem Erscheinen

Datenformat:

jpg-, gif-, swf-Dateien

keine HTML-Werbemittel

URL als Zieladresse der Werbung angeben

Report:

Wird auf Anfrage für die Pls und Clicks ausgeliefert

► Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Werbeaufträge in den Online-Informations- und Kommunikationsdiensten der bbg Betriebsberatungs GmbH (nachfolgend „bbg“ genannt).

1. Allgemeine Bestimmungen/Leistungsgegenstand/Begriffsbestimmung

- a) „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels in den Online-Informations- und Kommunikationsdiensten (nachfolgend „Werbefläche“ genannt) der bbg zum Zwecke der Verbreitung.
- b) Werbeflächen sind insbesondere:
 - die Webseiten www.die-leitmesse.de bzw. www.dkm-messe.de, www.asscompact.de und www.immocompact.de
 - Newsletter
 - Social Media (insbesondere Facebook)
- c) „Werbekunde“ ist derjenige, der Werbemittel platzieren will. Werbekunde kann entweder der Werbetreibende selbst oder eine Agentur sein, die im Auftrag des Werbetreibenden Werbemittel platziert.
- d) „Werbemittel“ sind Werbematerialien, die der Werbekunde der bbg für die Werbefläche zur Verfügung stellt. Mögliche Werbemittel sind den Online-Mediadaten zu entnehmen. Weitere Werbemittel sind nach Rücksprache und Prüfung durch bbg möglich.
- e) Es gelten ausschließlich die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Online-Mediadaten, diese sind wesentlicher Vertragsbestandteil. Anders lautende Bedingungen gelten nur, wenn sie von bbg schriftlich anerkannt sind.

2. Vertragsabschluss

- a) Der Vertrag kommt durch Zusendung des Buchungsformulars (Auftrag) per Fax oder E-Mail sowie durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags (Auftragsbestätigung) durch bbg zustande. Mündliche Bestätigungen sind rechtlich nicht verbindlich.
- b) Soweit Agenturen (siehe Punkt 1c S.2) Werbeaufträge erteilen, kommt der Vertrag vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen mit der Agentur zustande. bbg ist berechtigt von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.
- c) Werbung für Waren und Leistungen von mehr als einem Werbetreibenden innerhalb eines Werbeauftritts bedarf einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail getroffenen Vereinbarung mit bbg.

3. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Werbeauftrags das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln, sofern die Parteien vertraglich nichts anderes geregelt haben. 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.

4. Platzierung/Erscheinungsweise/Informationspflichten

- a) bbg wird das vom Werbekunden zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vereinbarten Aufrufe auf der vereinbarten Werbefläche platzieren.
 - b) Werbemittel werden mit dem Wort „Anzeige“ als solche gekennzeichnet und/oder so gekennzeichnet bzw. vom redaktionellen Inhalt räumlich abgesetzt, dass der Werbecharakter deutlich wird.
 - c) Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbung nach erstmaliger Schaltung zu prüfen, soweit dies mit zumutbarem Aufwand möglich ist.
 - d) Beim Werbemittel Medium Rectangle wird nach dem Zufallsprinzip mit jedem neuen Ladevorgang der Seite ein Werbepartner ausgewählt. Eine bestimmte Rangfolge kann nicht garantiert werden.
 - e) Die Erstplatzierung eines Werbemittels auf den in Punkt 1b genannten Internetseiten erfolgt immer montags. Ausgenommen sind die gesetzlichen Feiertage in Bayern.
 - f) bbg wird für Werbemittel der in Punkt 1b genannten Internetseiten und für Werbemittel im Newsletter ein wöchentliches Reporting hinsichtlich der Zugriffszahlen erstellen. Maßgeblich sind die von bbg über den AdServer ermittelten Daten.
 - g) bbg wird für Werbemittel im Bereich Social Media die Zahl der Zugriffe spätestens 10 Werktagen nach Beendigung des Auftrags dem Werbekunden übermitteln.
- ## 5. Datenlieferung
- a) Der Werbekunde ist verpflichtet die Werbemittel entsprechend den Vorgaben der Online-Mediadaten vollständig, einwandfrei und in zur Schaltung geeigneter Form

mindestens 3 Werktage vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Die Kosten für eine eventuell nachträgliche Bearbeitung oder Änderung der Werbemittel trägt der Werbekunde. Bei Werbemitteln, die in den Social Media-Kanälen geschaltet werden sollen, sind die jeweiligen Werberichtlinien der Social Media-Kanäle zu beachten (beispielsweise Facebook-Bildprüfung).

- b) Sofern der Auftrag wegen nicht ordnungsgemäßer Anlieferung der Werbemittel nicht durchgeführt werden kann und es zwischen den Parteien zu keiner Einigung bzgl. eines Ersatz-Erscheinungstermins kommt und bbg trotz angemessener Bemühungen keine Ersatzbuchung eines Dritten beibringen kann, ist der Werbekunde zur Zahlung einer Entschädigung in Höhe der vereinbarten Vergütung verpflichtet.
- c) bbg ist nicht verpflichtet aber berechtigt, die zur Veröffentlichung des Werbemittels benötigten Unterlagen an den Werbekunden zurückzusenden bzw. zu archivieren.
- d) Kosten der bbg für vom Werbekunden gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Werbekunde zu tragen.

6. Ablehnungsbefugnis/Sperrung

- a) bbg behält sich vor, Werbeaufträge und einzelne Abrufe im Rahmen eines Auftrags abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetz oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für bbg wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist (insbesondere wenn gegen Ziele und Werte der bbg verstoßen wird). Gleiches gilt, wenn der Werbekunde nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, und hierdurch die Voraussetzungen aus Satz 1 erfüllt werden.
- b) Die Ablehnung oder Sperrung wird dem Werbekunden mitgeteilt. Der Werbekunde ist in diesem Fall verpflichtet, der bbg eine geänderte Version des zu schalteten Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, unverzüglich zu übermitteln. Die insoweit entstehenden Mehrkosten trägt der Werbekunde. Stellt der Werbekunde die geänderte Version nicht zur Verfügung, behält bbg den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung auch dann, wenn die Schaltung des Werbemittels nicht erfolgt.

7. Rechte

- a) Der Werbekunde gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Werbemittel erforderlichen Rechte besitzt. Der Werbekunde trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels. bbg ist nicht verpflichtet, Werbemittel daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden oder ob sie gegen geltendes Recht verstoßen. Der Werbekunde garantiert, dass die Werbemittel und die Seiten, auf die durch einen Link verwiesen wird,

- keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeitsrechte oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) verletzen und/oder
- nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere wettbewerbsrechtliche und datenschutzrechtliche) Bestimmungen verstoßen und/oder
- nicht staatsgefährdender, rassistischer Gewalt verherrlichender, pornografischer oder jugendgefährdender Natur sind und/oder
- Programme oder Verfahren (insbesondere Viren, Trojaner etc.), die das Netzwerk der bbg oder Internetnutzer schädigen können, beinhalten oder deren Verbreitung ermöglichen und/oder
- alle erforderlichen Einwilligungen zur Vervielfältigung/Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachen oder anderen Verwertungsformen haben

- b) Der Werbekunde stellt bbg von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird bbg von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Werbekunde wird bbg nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten unterstützen.
- c) Der Werbekunde überträgt bbg sämtliche zur Nutzung der Werbemittel im Internet erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen. Des Weiteren berechtigen die vorgenannten Rechte zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.
- d) Der Werbekunde gestattet bbg sein Werbemittel im Internet sowie offline zu Zwecken der Eigenwerbung zu vervielfältigen und zu verbreiten.

8. Gewährleistung

- a) bbg gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe der Werbemittel. Dem Werbekunden ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, eine 100%ige Erreichbarkeit der Werbeflächen zu gewährleisten. Mögliche Ausfallzeiten sind dem Kunden bekannt:
 - planmäßige Wartungsarbeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche
 - außerplanmäßige Wartezeiten von bis zu 7 Stunden pro Woche
 - Zeiten, in denen die Werbeflächen aufgrund technischer oder sonstiger Probleme, die nicht im Einflussbereich von bbg liegen, vom Netz genommen werden müssen. Z.B. wegen Hackangriffen, höherer Gewalt, Streiks, gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. Provider, Netzbetreiber oder sonstigen Leistungsanbietern)

- Ausfallzeiten oder Störungszeiten des AdServers von bis zu 24 Stunden (fortlaufen oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vereinbarten Schaltung
- b) Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware und/oder Hardware (z.B. Browser) hervorgerufen wird oder bei Störung der Kommunikationsnetze, Rechnerausfall aufgrund Systemversagens, durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sogenannten Proxies (Zwischenspeichern) oder Ausfall eines AdServers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufen oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vereinbarten Schaltung andauert.
- c) Bei einem AdServer-Ausfall über den vorgenannten Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Buchung entfällt die Zahlungspflicht des Werbekunden für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.
- d) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Werbekunde Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Werbekunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
- e) Sind etwaige Mängel des Werbemittels nicht offenkundig, so hat der Werbekunde bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Werbekunde nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
- f) Fällt die Durchführung eines Werbeauftrags aus Gründen aus, die bbg nicht zu vertreten hat, insbesondere wegen Rechnerausfalls, Hackangriffen, höherer Gewalt, Streiks, gesetzliche Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. Provider, Netzbetreiber oder sonstigen Leistungsanbietern) oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch seitens bbg bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Werbekunde hierüber informiert.

9. Haftung

Für sämtliche Schäden, sei es aus vertraglicher oder vorvertraglicher Pflichtverletzung oder unerlaubter Handlung, beschränkt sich die Haftung der bbg auf den Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren und auf die für den betreffenden Werbeauftrag zu zahlende Vergütung. Diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet bbg nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht (Kardinalspflicht) verletzt wurde. In solchen Fällen ist

die Haftung der bbg auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden und auf die für den betreffenden Werbeauftrag zu zahlende Vergütung beschränkt. Eine Haftung für Folgeschäden, entgangener Gewinn und sonstige Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet bbg nach den gesetzlichen Vorschriften.

10. Zahlung/Stornierung

- a) Dem Werbekunden wird eine Rechnung zugesandt. Die Zahlungsbedingungen sind der Rechnung zu entnehmen.
- b) Die Rechnungsstellung erfolgt bei einem Auftrag mit mehreren Abrufen in einer Summe, sofern nichts anderes schriftlich oder per E-Mail mit bbg vereinbart wurde.
- c) Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen. Die Stornofrist beträgt zwei Wochen vor Buchungsbeginn, bei bereits laufender Buchung zwei Wochen zum Monatsende.
- d) Wird ein Auftrag gekündigt, der aus mehreren Schaltungen besteht, ist ein eventuell vereinbarter Rabatt anteilig zurückzuerstatten.
- e) Werden Rechnungen auf Weisung des Werbekunden an Dritte gelegt, so bleibt der Werbekunde gleichwohl Schuldner.
- f) bbg ist zur außerordentlichen fristlosen Kündigung und zur sofortigen Entfernung der Werbemittel insbesondere dann berechtigt, wenn der Werbekunde seiner Zahlungspflicht trotz Fälligkeit nicht nachgekommen ist oder der Werbekunde gegen Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen verstößt. Der Vergütungsanspruch der bbg bleibt gleichwohl bestehen.

11. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

12. Schlussbestimmungen

- a) Sollte eine der Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die Parteien sind verpflichtet eine unwirksame Bestimmung durch eine wirksame Bestimmung zu ersetzen, mit der das wirtschaftlich gewollte Ergebnis erreicht wird. Das gleiche gilt für Vertragslücken.
- b) Änderungen oder Ergänzungen dieser Vereinbarung bedürfen der Schriftform. Mündliche Vereinbarungen über die Aufhebung der Schriftform sind nichtig.
- c) Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Anwendung des UN-Kaufrechts ist ausgeschlossen.
- d) Gerichtsstand ist der Sitz der bbg Betriebsberatungs GmbH in Bayreuth.