

1 **Webadresse (URL)** www.mikado-online.de
Facebook (URL) www.facebook.com/dieholzbauseite

2 Kurzcharakteristik

2.1 **www.mikado-online.de**
mikado-online.de ist das Internetportal für Zimmerei- und Holzbaubetriebe im deutschsprachigen Raum. Es informiert über Holztechnik und Betriebsführung.

Besondere Features

- // *mikado* als E-Paper zum Blättern
- // Projektfinder für Abonnenten
- // Aktuelle Meldungen auf einen Blick
- // Exklusive Infos für Abonnenten
- // Jobbörse für Holzbauer
- // *mikado* vor Ort: Bildergalerie
- // *mikado*TV
- // Gewinnspiele
- // *mikado*-Newsletter 2 × im Monat

2.2 *mikado*GUIDE (www.mikado-online.de/guide)

Der *mikado*GUIDE bietet einen strukturierten Überblick über alle Produktgruppen, die erfolgreiche Holzbaubetriebe brauchen. Die große Kombi:

- Ihr Eintrag im *mikado* Booklet
- + Ihre Beteiligung am *mikado*-web-award 2023
- + Ihre umfangreiche Firmenpräsentation – 1 ganzes Jahr lang – im *mikado*GUIDE (online). Weitere Infos auf Seite 24.



Ihre Vorteile mit einem Eintrag

- // Präsentation Ihrer Produkthighlights auf der idealen Plattform
- // Ihre Zielgruppe ist nur einen Klick von Ihrer Homepage entfernt
- // Professionelle Suchmaschinenoptimierung (SEO) für Ihren Eintrag

3 Zielgruppe

Entscheider in Zimmerer- und Holzbaubetrieben, Holzbauingenieure und -architekten, Hersteller und Händler von Baustoffen, -elementen und Fertigungsmitteln, Mitglieder der Innungen, Verbände und Ausbildungsstätten

4 Verlag

WEKA FACHMEDIEN GmbH
 Richard-Reitzner-Allee 2, D-85540 Haar
 Fon +49 89.255 56-1000
 Fax +49 89.255 56-1396
 Internet www.weka-fachmedien.de
 E-Mail info@weka-fachmedien.de

Mediaberatung

Cornelia Schnek
 PLZ 3, 4, 5, 6, 7
 Fon +49.89.255 56-1940
 E-Mail cschnek@weka-fachmedien.de
 Paola Bonazzi-Riedel
 PLZ 0, 1, 2, 8, 9, A, CH, International
 Fon +49.89.255 56-1941
 E-Mail pbonazzi-riedel@weka-fachmedien.de

Disposition

Max Kandler
 Fon +49.82 33.23-71 35
 E-Mail DISPO.mikado_dbm@wekanet.de
 Melanie Wirth
 Fon +49.82 33.23-31 35
 E-Mail DISPO.mikado_dbm@wekanet.de

1 Werbeformen und Preise

Werbeform	Format	Platzierung	Zeitraum	Preis
Super Size Banner	728 x 90 Px	Website	Monat	750,00 €
Wide Skyscraper	160 x 600 Px	Website	Monat	660,00 €

1.1 Sonderwerbeformen

Werbeform	Platzierung	Zeitraum	Preis
Videos	Startseite	Monat	1285,00 €
Produkttempfhlung	Startseite	Monat	930,00 €
Content-Ad (Anzeige als News)	Startseite	2 Wochen	825,00 €
		Monat	1360,00 €
Interstitial-Ad	Startseite	Monat	900,00 €
Online-Stellenanzeige		2 Wochen	510,00 €
		Monat	875,00 €

1.2 Preise *mikado*GUIDE (www.mikado-online.de/guide)

Werbeform	Platzierung	Zeitraum	Preis
XXL-Eintrag	<i>mikado</i> GUIDE	1 Jahr	auf Anfrage
Premium-Eintrag	<i>mikado</i> GUIDE	1 Jahr	auf Anfrage
Standard-Eintrag	<i>mikado</i> GUIDE	1 Jahr	auf Anfrage

1.3 Kombipreise

Kombipreise mit anderen Publikationen – Print und Online – der WEKA FACHMEDIEN GmbH auf Anfrage

2 Zahlungsbedingungen

Zahlung innerhalb von 21 Tagen ohne Abzug
USt-Ident-Nr. DE 811 190 616

Bankverbindung
HypoVereinsbank, München
SWIFT (BIC)
HYVEDE3333
IBAN
DE37 7002 0270 0035 7049 81

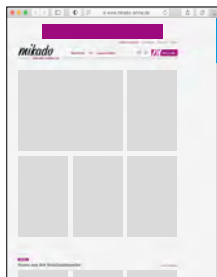
N: Nutzungsdaten

1	Zugriffskontrolle	-
2	Nutzungsdaten	
	Visits	7299
	Page Impressions	13 636

F: Formate und technische Angaben

1	Dateiformate	PNG, JPEG, GIF, max. 5 MB
2	Lieferadresse	DISPO.mikado_dbm@wekanet.de
3	Lieferfrist	mindestens fünf Tage vor Schaltbeginn
4	Auswertungen:	nur auf Anfrage und nur Klickraten (total) + Impressions

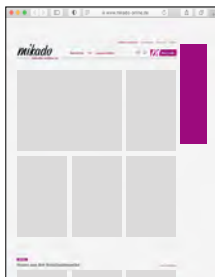
Online-Werbeformen



Super Size Banner

728 × 90 px
im PNG-, JPEG- oder
GIF-Format
+ Ziel-URL

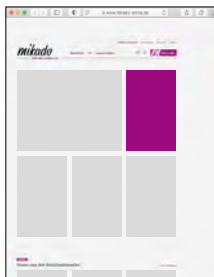
750,00 Euro



Wide Skyscraper

160 × 600 px
im PNG-, JPEG- oder
GIF-Format
+ Ziel-URL

660,00 Euro



Video

MP4-Datei,
+ Screenshot im
JPEG-Format
(1920 × 1080 px)
+ Teaser-Text
(2-3 Sätze)

1285,00 Euro



Produktempfehlung

250 Zeichen Text
+ 1 querformatiges Bild
im PNG-, JPEG- oder
GIF-Format
+ Ziel-URL

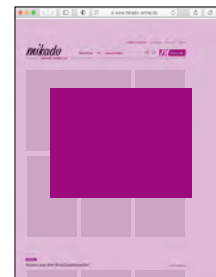
930,00 Euro



Content-Ad

500 Zeichen Text
+ 2 querformatige Bilder
im PNG-, JPEG- oder
GIF-Format

1360,00 Euro



Interstitial-Ad

300 × 250 px
im PNG-, JPEG- oder
GIF-Format
+ Ziel-URL

900,00 Euro

- 1 Name** *mikado*-online-Newsletter
www.mikado-online.de/newsletter
- 2 Kurzcharakteristik** Der 14-tägige Newsletter erscheint mit aktuellen Nachrichten aus Holzbaubranche, ausgewählten Beiträgen zu den Themen Holztechnik und Betriebsführung, für die Branche relevanten Veranstaltungshinweisen, Bildergalerien zu Veranstaltungen auch der Branche und exklusiven Inhalten für Abonnenten.
- 3 Zielgruppe** Der Newsletter erreicht Abonnenten, die an News und Produkten aus dem Fachgebiet interessiert sind. Alle Print-Abonnenten sind automatisch Newsletter-Abonnenten.
Die Abonnenten haben über das sog. „double-opt-in“-Verfahren ihr Einverständnis zum Erhalt des Mailings gegeben.
- 4 Erscheinungsweise** 14-tägig
- 5 Verlag** **WEKA FACHMEDIEN GmbH**
Richard-Reitzner-Allee 2
D-85540 Haar
Fon +49 89.255 56-1000
Fax +49 89.255 56-1396
Internet www.weka-fachmedien.de
E-Mail info@weka-fachmedien.de

**Ansprechpartner
Redaktion**

Jessica Stütz, Leitung Online
Fon +49.82.33.23-71 42
E-Mail jstuetz@weka-fachmedien.de

Mediaberatung

Cornelia Schnek
PLZ 3, 4, 5, 6, 7
Fon +49.89.255 56-19 40
E-Mail cschnek@weka-fachmedien.de

Paola Bonazzi-Riedel
PLZ 0, 1, 2, 8, 9, A, CH, International
Fon +49.89.255 56-19 41
E-Mail pbonazzi-riedel@weka-fachmedien.de

Termine 2022

Monat	Newsletter 1	Newsletter 2
Januar	20.01.	-
Februar	03.02.	22.02.
März	08.03.	22.03.
April	05.04.	19.04.
Mai	03.05.	17.05.
Juni	01.06.	15.06.
Juli	05.07.	19.07.
August	02.08.	17.08.
September	01.09.	15.09.
Oktober	04.10.	18.10.
November	02.11.	17.11.
Dezember	01.12.	15.12.

- 1 Werbeformen und Preise**
Anzeige im Newsletter 1 × im Monat 650,00 €
Anzeige im Newsletter 2 × im Monat 1030,00 €
Exklusiv-Newsletter auf Anfrage
- 2 Rabatte**
Rabatte und Kombipreise auf Anfrage

N: Nutzungsdaten

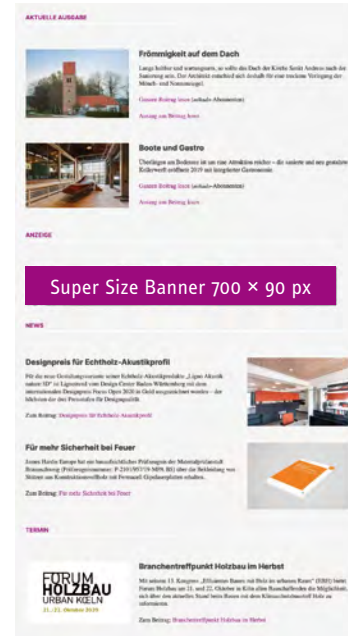
- 1 Empfänger**
Abonnenten von *mikado* und weitere Zimmerer, Ingenieure und Architekten
- 2 Verbreitung**
Empfänger: 1346 (im Durchschnitt 2021) pro Newsletter
Öffnungsrate: 33,93 % (im Durchschnitt 2021)

F: Technische Angaben

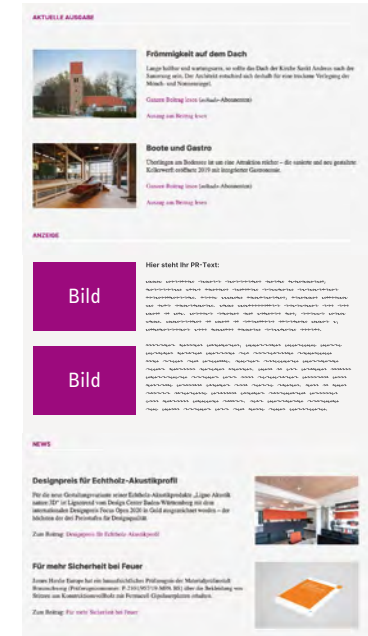
- 1 Auswertung**
Auswertung der Klickzahl auf Anfrage
- 2 Format des Newsletters**
HTML
- 3 Lieferadresse**
Per E-Mail an DISPO.mikado_dbm@wekanet.de
- 4 Lieferfrist**
1 Woche vor Erscheinen

Werbeformen im Newsletter

Banner-Anzeige



PR-Text



Dateiformate

- // Banner mit max. Größe von 700 × 90 px und max. Dateigröße von 5 MB
- oder** PR-Text mit max. 1500 Zeichen + 2 querformatigen Bildern
- // webtaugliche Bilder – PNG, JPEG, GIF

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften und Zeitungen sowie in allen elektronischen Formen

1. „Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Inserenten in den Zeitschriften des Verlages zum Zwecke der Verbreitung und über die Schaltung von Online-Werbung auf den Webseiten des Verlages. Diese Bedingungen gelten auch für Aufträge über Fremdbeilagen in den vom Verlag herausgegebenen Zeitschriften. Von der Online-Werbung umfasst sind Werbeanne, Pop-Ups, Special-Interest- und Keyword-Platzierungen.
2. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen von Werbekunden werden nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Geltung ausdrücklich zu.
3. Der Verlag ist berechtigt, die vorliegenden Bedingungen jederzeit zu ändern. Er wird seine Kunden indes rechtzeitig, spätestens einen Monat vorher, über die Änderung unterrichten. Der Verlag ist insbesondere berechtigt, im Falle der Unwirksamkeit einer Bedingung diese mit Wirkung für bestehende Verträge zu ergänzen oder zu ersetzen und bei Änderung einer gesetzlichen Vorschrift oder höchstrichterlichen Rechtsprechung, wenn durch diese Änderung eine oder mehrere Bedingungen des Vertragsverhältnisses betroffen werden, die betroffenen Bedingungen so anzupassen, wie es dem Zweck der geänderten Rechtslage entspricht.
4. Der Auftrag kommt mit Annahme des Kundenauftrags durch den Verlag zustande. Die Annahme kann schriftlich oder per E-Mail erfolgen.
5. Wenn eine Werbeagentur Werbeaufträge für Dritte beauftragt, kommt der Vertrag grundsätzlich mit der Werbeagentur, nicht mit deren Auftraggeber zustande. Soll der Auftraggeber der Werbeagentur Vertragspartner werden, muss dieser von der Agentur als Auftraggeber namentlich benannt werden und die Auftragserteilung an die Werbeagentur schriftlich nachweisen.
6. Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsgebühr darf an den Kunden weder ganz noch teilweise weiter gegeben werden.
7. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Zeitschriften besteht kein Anspruch. Dem Verlag steht es frei, die Schaltung einer Anzeige an geeigneter Stelle vorzunehmen, es sei denn, die Schaltung wurde für eine bestimmte Nummer, in einer bestimmten Ausgabe oder für einen bestimmten Platz der betreffenden Zeitschrift vereinbart. Voraussetzung hierfür ist die rechtzeitige Zuleitung der Druckunterlagen. Ist der Auftrag in der bestimmten Nummer, der betreffenden Ausgabe oder an dem bestimmten Platz der Zeitschrift nicht auszuführen, ist der Verlag berechtigt, die Schaltung in einer anderen Nummer an geeigneter Stelle vorzunehmen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
8. Eine Platzierung der Online-Werbung wird nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Kunden vorgenommen. Der Kunde hat keinen Anspruch auf eine Platzierung der Online-Werbung an einer bestimmten Position der jeweiligen Webseite. Verschiebungen der Erscheinungsdaten der Online-Werbung aus technischen oder anderen nachvollziehbaren Gründen behält sich der Verlag vor.
9. Der Kunde kann Werbeaufträge für Online-Werbung nach Vertragsschluss stornieren. Die Stornierung muss schriftlich erfolgen. Der Verlag wird unverzüglich nach Eingang der Stornierung die Schaltung der Online-Werbung beenden.
10. Stornobedingungen online: Eine Stornierung bis zu zwei Wochen vor Schaltungsbeginn ist kostenfrei möglich. Bei einer kürzerfristigen Stornierung ist der Verlag berechtigt, folgende Kosten in Rechnung zu stellen:
 - bei einer Stornierung weniger als zwei Wochen vor Schaltungsbeginn 30 % des Netto-Auftragswertes;
 - bei einer Stornierung ab einer Woche vor Schaltungsbeginn 50 % des Netto-Auftragswertes;
 - bei einer Stornierung nach Schaltungsbeginn 50 % des Netto-Auftragswertes, der zum Zeitpunkt der Beendigung der Schaltung der Online-Werbung noch aussteht. Daneben wird der Preis für die bereits geschaltete Online-Werbung in Rechnung gestellt. Stornobedingungen print: Eine Stornierung bis zum Anzeigenschlusstermin ist ohne Gebühr möglich.

11. Abweichend von den vorstehenden Regelungen ist eine kostenlose Stornierung bei Terminbuchungen nur bis spätestens zwei Wochen vor dem Schaltungstermin möglich.
12. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Schaltungen, Anzeigentexte und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage oder deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, können vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht werden. Soweit Online-Werbung nicht offensichtlich als Werbung erkennbar ist, kann der Verlag sie ebenfalls als solche kenntlich machen, insbesondere mit dem Wort „Anzeige“ kennzeichnen und/ oder vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbecharakter zu verdeutlichen.
13. Der Kunde ist für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen oder Beilagen bzw. für die rechtzeitige Lieferung der für die Online-Werbung erforderlichen Materialien verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Kunde verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen rechtzeitig zum Druckunterlagenschluss anzuliefern.
14. Sämtliche Leistungen des Verlages stehen unter dem Vorbehalt der rechtzeitigen Erfüllung und Vornahme der Pflichten und Mitwirkungshandlungen des Kunden. Für audio- bzw. videoverlinkte Werbung (z. B. Banner, bei deren Anklicken sich ein Pop-Up-Fenster öffnet, in welchem Audio- bzw. Videoinhalte wiedergegeben werden) ist der Kunde dafür verantwortlich, dass die erforderlichen Vereinbarungen mit der GEMA oder anderen Urheberrechtsverbänden bzw. Urheberrechtseinhabern getroffen sind.
15. Bei der Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Daten innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.
16. Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidlich, die keinen Preiserminderungsanspruch auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an die Druckerei zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
17. Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von eventuellen Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer per E-Mail übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Kunden infizierten Computerviren dem Verlag ein Schaden entstanden ist.
18. Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Kunden zurückgeschickt.
19. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen bzw. Werbemittel hat der Kunde nach Aufforderung durch den Verlag unverzüglich Ersatz zu leisten. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen bzw. für die Herstellung bestellter Werbemittel sowie für vom Kunden gewünschte und von diesem wegen der technischen Qualität der gelieferten Druckunterlagen bzw. Werbemittel zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Kunde zu tragen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen bzw. Werbemitteln nicht sofort erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang bzw. bei der Schaltung deutlich, so stehen dem Kunden bei ungenügendem Abdruck bzw. mangelhafter Schaltung keine Ansprüche zu.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften und Zeitungen sowie in allen elektronischen Formen

20. Der Kunde versichert, dass er uneingeschränkter Inhaber aller für die Veröffentlichung und Verbreitung erforderlichen Nutzungsrechte an den Werbemitteln ist. Er stellt den Verlag insofern von allen Ansprüchen Dritter frei und gewährt dem Verlag die zur Veröffentlichung der Werbemittel erforderlichen Verwertungsrechte.

21. Der Kunde sichert zu, dass er berechtigt ist, die mit der Online-Werbung verbundenen Hyperlinks zu setzen. Der Kunde sichert ferner zu, die anwendbaren datenschutzrechtlichen Bestimmungen – insbesondere des Bundes- und Teledienste Datenschutzgesetzes – einzuhalten und diese Verpflichtung auch seinen Mitarbeitern aufzuerlegen. Sollte der Kunde durch Verwendung spezieller Techniken, wie z. B. dem Einsatz von Cookies oder Pixeln, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Online-Angeboten des Verlages gewinnen oder sammeln, sichert der Kunde ebenfalls zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des Teledienstgesetzes (TMG) bzw. des Rundfunkstaatsvertrages (RStV) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.

22. Der Kunde hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Kunde ein Recht auf Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Auftrages (Wandlung).

23. Bei Mängeln der Online-Werbung leistet der Verlag nach seiner Wahl zunächst Nachbesserung oder Ersatzlieferung. Schlägt die Nacherfüllung fehl, kann der Kunde nach seiner Wahl Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrages (Wandlung) verlangen.

24. Der Kunde muss offensichtliche Mängel der Online-Werbung innerhalb einer Frist von drei Werktagen ab Lifeschaltung der Online-Werbung schriftlich anzeigen; anderenfalls ist die Geltendmachung des Gewährleistungsanspruchs ausgeschlossen.

25. Im Übrigen haftet der Verlag nur, soweit ihm, seinen Erfüllungsgehilfen und/oder gesetzlichen Vertretern ein vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten zur Last fällt. Dies gilt nicht, soweit Hauptleistungspflichten des Vertrages durch den Verlag verletzt werden.

26. Im Falle leichter Fahrlässigkeit ist eine Haftung des Verlages und/oder seiner Erfüllungsgehilfen und gesetzlichen Vertretern bei Vermögensschäden hinsichtlich mittelbarer Schäden, insbesondere bei Folgeschäden, unvorhersehbarer Schäden oder typischer Schäden sowie entgangenen Gewinns ausgeschlossen. Im Übrigen ist bei Vermögensschäden im Falle leichter Fahrlässigkeit die Haftung des Verlages auf die vom Kunden zu zahlende Vergütung begrenzt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften.

27. Alle Ansprüche des Kunden gegen den Verlag wegen Schlechtleistung oder Mängeln der Online-Werbung verjähren ein Jahr nach Anspruchsentstehung, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

28. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Kunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Druckunterlagenschluss oder innerhalb einer zwischen den Parteien vereinbarten Frist mitgeteilt werden.

29. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

30. Falls der Kunde nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige über sandt. Die Preise für die Werbemittel ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisliste. Bei Änderungen gelten die neuen Bedingungen bei Preisenkungen auch für laufende Aufträge sofort, bei Preiserhöhungen einen Monat nach Bekanntgabe der jeweils gültigen Bedingungen. Soweit bei der Online-Werbung die Vergütung auf TKP-Basis berechnet wird, informiert der Verlag den Kunden auf Anforderung über die Anzahl der AdImpressions, der AdClicks sowie über die AdClick-Rate (Verhältnis von AdClicks zu AdImpressions) der Webseiten, auf denen die Online- Werbung des Kunden platziert ist bzw., soweit die Vergütung auf Pay-per-Click-Basis berechnet wird, über die Zahl der tatsächlichen Clicks.

31. Die Rechnung ist innerhalb der auf 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. Vereinbarte oder eingeräumte Nachlässe für die Schaltung mehrerer Werbemittel oder bei Abschluss von Rahmenaufträgen gelten nur bei Einhaltung der jeweiligen Menge und des zeitlichen Rahmens. Bei Nichteinhaltung der vereinbarten Menge oder des zeitlichen Rahmens ist der Verlag berechtigt, den Nachlass anteilig nach dem Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass nachzuberechnen.

32. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8% über dem Basiszinssatz bzw., falls der Kunde Verbraucher im Sinne von § 13 BGB ist, in Höhe von 5% über dem Basiszinssatz berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Kunden ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlusstermin und von dem Ausgleich offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

33. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechts verbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

34. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Ellbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge aus Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt werden, werden vernichtet.

35. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Kunden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50% besteht. Der Nachweis muss vor Inanspruchnahme des Konzernrabatts erbracht werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung des Verlages. Die Beendigung der Konzerngehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

36. Durch höhere Gewalt (Streik, Aussperrung, Betriebsstörungen etc.) eintretende Leistungsverzögerungen sind vom Verlag nicht zu vertreten. Der Verlag kann nach Wegfall des Ereignisses Anzeigen in der nächst möglichen Ausgabe der Druckschrift und Online-Werbemittel unverzüglich veröffentlichen oder ganz oder teilweise vom Vertrag zurücktreten. Schadensersatzansprüche stehen dem Kunden insofern nicht zu.

37. Änderungen oder Ergänzungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen müssen schriftlich, per Telefax oder per E-Mail erfolgen. Das gilt auch für Änderungen dieser Klausel.

38. Eine etwaige Unwirksamkeit einer Bestimmung dieser Bedingungen berührt nicht die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen. Unwirksame Bestimmungen sind durch solche zu ersetzen, die der beabsichtigten wirtschaftlichen Bedeutung der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommen.

39. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, wenn der Kunde Kaufmann im Sinne des Handelsgesetzbuches, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist. Gleiches gilt, soweit der Kunde bei Klageerhebung einen Sitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort in der Bundesrepublik Deutschland hat.

40. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechtes.