



WatchTime

GERMANY



MEDIAKIT DIGITAL 2024

Stand: Januar 2024

INHALT

Ansprechpartner	2
Wichtigste Besucherprofile	3
Benutzer-Strukturdaten	4
Digitale Werbeformate	6
Display Werbemittel	7
Native Advertising, Top Thema, Hotspot	8
Marke des Monats	9
Newsletter	10
Newsletter, Themen-Newsletter	11
Premium Format, Stand-Alone-Newsletter	12
Specials	13
Die neuen Uhren 2024, Deutsche Uhrenmarken	14
Video, Social Media	15
Events	16
Geschäftsbedingungen	18

PROFIL

Glaubwürdig, verlässlich, objektiv

WatchTime.net ist der hochkarätige, objektive und zuverlässige Berichterstatter rund um die mechanische Uhr sowie dazugehörigen Begleitthemen - sowohl für Einsteiger als auch erfahrene Sammler und Experten. Die digitale Präsenz kombiniert spannendes Storytelling mit digitalem Marketing Know-how und zukunftsweisenden Technologien. Dabei liegt der Fokus für unsere Partner auf Lösungen, die Marken einen Mehrwert bieten. Deshalb profitieren Kunden von vielseitigen und exklusiven Werbemöglichkeiten, zugeschnitten auf die individuellen Bedürfnisse und Wünsche. Mit der höchsten IVW-geprüften Anzahl von Website-Besuchern aus Deutschland agiert WatchTime.net dabei nachweislich direkt an der Zielgruppe: den inländischen Uhrenkäufern. Dieser Akzeptanzbeleg von WatchTime.net durch die Besucher der Website sorgt für ein exklusives Werbeumfeld, in dem Produktinszenierungen ebenso wie Markenkampagnen wirken können.

Aktuelle Nutzungsdaten

Besuche / Visits: 283.350 mtl.
Online Visits-Anteil Inland: 75 %
Seitenaufrufe / Page Impressions: 605.622 mtl.

Quelle: IVW, Oktober 2023



ANSPRECHPARTNER



Michael Albus

Gesamtanzeigenleitung Uhrenmedien
Tel. +49(0)731 880 057-170
E-Mail: albus@ebnermedia.de



Daniela Pusch

Head of Editorial Germany
Tel. +49(0)731 88005-8209
E-Mail: daniela.pusch@ebnermedia.de



Hasan Syed

Managing Director
E-Mail: hasan.syed@ebnermedia.de



Ivo Sadovnikov

Head of Sales Print & Digital Editions
Tel. +49 (0)151 104 604 43
E-Mail: sadovnikov@ebnermedia.de

Anschrift Verlag

Ebner Media Group GmbH & Co. KG
Karlstraße 3 | 89073 Ulm
Postfach 30 60 | 89020 Ulm
Redaktionsbüro München
Bayerstraße 16a | 80335 München

BESUCHERPROFILE

BENUTZER-STRUKTURDATEN

Information

Als Basis für die folgenden Benutzerdaten dient der Uhren-Monitor 2022, Google Analytics-Erhebungen aus dem Jahr 2023 sowie die Markenbegehrlichkeitsstudie von puls Marktforschung, die im April-Mai 2019 durchgeführt wurde. Die repräsentative Umfrage unter deutschen Luxusuhrenkäufern bietet eine gute Beschreibung und Profilierung der Besucher als wichtige Basis für die Mediaplanung mit speziellem Blick auf die für Uhrenkäufe relevanten Dimensionen.

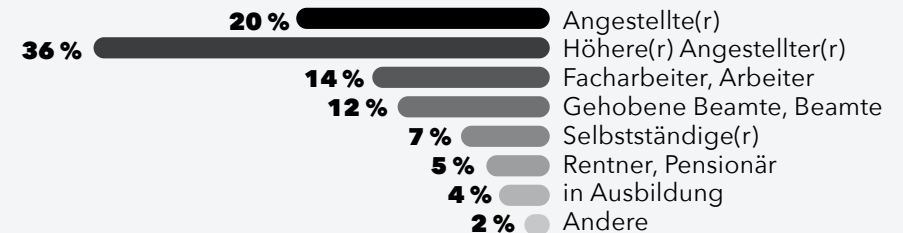
Geschlecht

Die mechanische Uhr wird zunehmend auch von Frauen entdeckt und so konnte WatchTime.net den Frauenanteil in den letzten Jahren steigern.



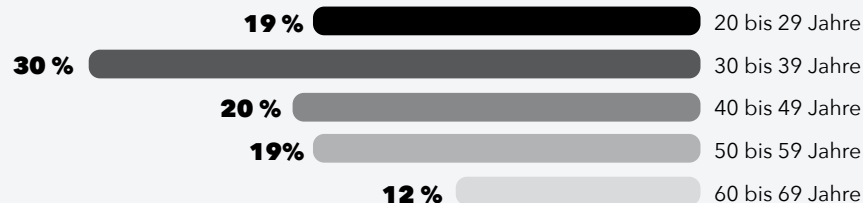
Beschäftigungsverhältnis

Jeder dritte Besucher ist in einem gehobenen Angestelltenverhältnis. 90% der Besucher sind berufstätig.



Alter

Jeder zweite Besucher ist unter 40 Jahren. Damit beweist WatchTime.net dass Luxusuhrenkäufer aller Altersgruppen das Portal zur Kaufvorbereitung und Information nutzen.



Ortsgrößenklasse

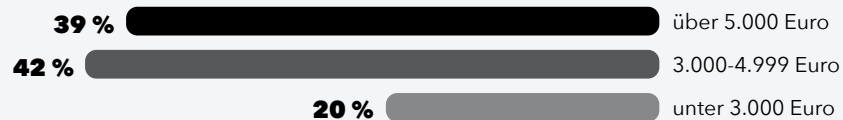
Die Besucher wohnen zumeist in Großstädten und haben ein Interesse an urbanen und trendigen Themen.



BENUTZER-STRUKTURDATEN

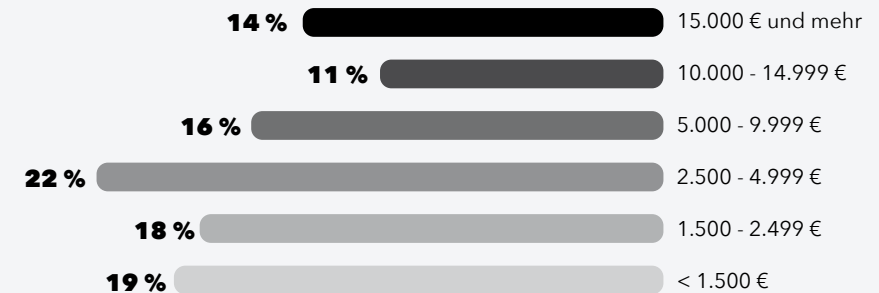
Haushalts-Netto-Einkommen

Das HHNE der Besucher ist absolut überdurchschnittlich - mehr als jeder Dritte verfügt über ein Netto-Einkommen von mehr als 5.000 Euro monatlich.



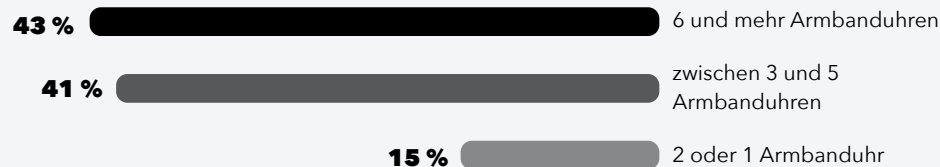
Maximale Ausgabebereitschaft für Uhren

Auch bei den Preisklassen ist die Ausgabebereitschaft der Nutzer von WatchTime breit auf die unterschiedlichen Preisklassen verteilt. Jeder Vierte ist bereit mehr als 10.000 Euro auszugeben. Die Preisklassen zwischen 1.500 und 10.000 Euro sind nahezu gleich stark vertreten.



Anzahl der Uhren im Besitz

WatchTime erreicht sowohl die Sammler, als auch die Einsteiger rund um das Thema Luxusuhr.



Kaufhäufigkeit für sich selbst

74 %, also 3 von 4, der Besucher kaufen sich mind. 1 Mal im Jahr eine Armbanduhr - fast die Hälfte jedes halbe Jahr.



DIGITALE WERBEFORMATE

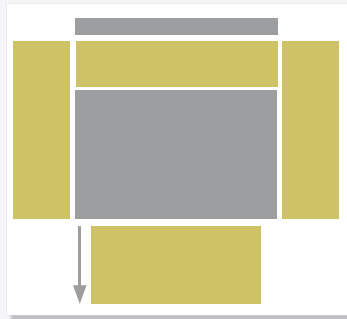
DISPLAY WERBEMITTEL / BANNER

Rotation

Der Banner erscheint im entsprechenden Zeitraum genau so oft wie vereinbart und garantiert (Anzahl Ad Impressions). Bei den darüber hinausgehenden Seitenaufrufen (Page Impressions) können auf der gebuchten Platzierung andere Banner ausgeliefert werden. Somit besteht die Möglichkeit, dass auf einer Position mehrere Motive wechselnd erscheinen können.

- Expandable Formate jeweils +20 % des jeweiligen TKP
 - Alle Bannerformate bis max. 80 KB, Format HTML5, JPG, PNG oder GIF
 - Werbemittelanlieferung spätestens 5 Tage vor Ersteinschaltung des Werbemittels.
- Sonderwerbemöglichkeiten (z.B. OTP-Formate) auf Anfrage.

Premium



Homepage Takeover

Panorama Billboard 1120 x 250 px

Skyscraper links 300 x 800 px

Skyscraper rechts 300 x 800 px

Parallax Ad 840 x 600 px

TKP*: 149 Euro



Mobilansicht



Content Takeover

Panorama Billboard 1120 x 250 px

Premium Inread Ad 640 x 500 px

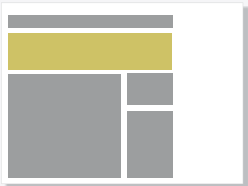
Premium Inread Ad 2 640 x 500 px

TKP*: 139 Euro



Mobilansicht

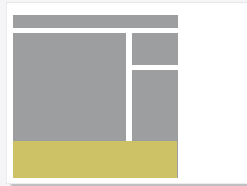
Einzelformate



Panorama Billboard

1120 x 250 px

TKP*: 99 Euro



Floor Panorama Billboard (Sticky)

1120 x 250 px

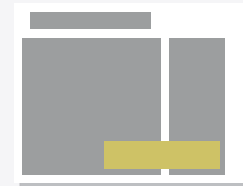
TKP*: 109 Euro



Parallax Ad

840 x 600 px

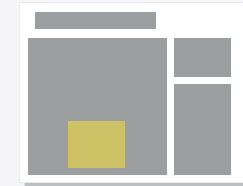
TKP*: 99 Euro



Floor Ad / Layer (Sticky)

728 x 90 px

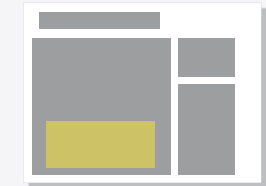
TKP*: 75 Euro



Inread Content Ad (Medium Rectangle)

300 x 250 px

TKP*: 59 Euro



Wide Content Ad (Wide Rectangle)

580 x 250 px

TKP*: 64 Euro

NATIVE ADVERTISING für Ihre Modellkommunikation - Storytelling in Top Positionierung

Die Advertorials Top Thema und Hotspot sind exklusive und sehr wirkungsstarke Platzierungen. Die Leseraten und damit die Aufmerksamkeitswirkung der Formate sind absolut überdurchschnittlich. Eine Buchung dieser exklusiven redaktionellen Marketing-Möglichkeiten ist abhängig von der Verfügbarkeit der Positionen.

- Anlieferung der Werbemittel: mind. 7 Werktage vor Ersteinblendung des Werbemittels
- Die angelieferten Texte werden ggf. redaktionell für das Medium aufbereitet
- Geringfügige Änderungen sind dadurch möglich

Top Thema

- Top-Positionierung auf der Startseite (angepinnt)
- Aufmerksamkeitstarke Inszenierung

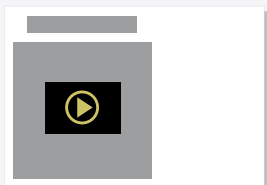
Preis: 2.050 Euro pro Woche

Hotspot - Uhr der Woche

- Der Hotspot für die aktuellen Modelle
- Positionierung auf Startseite
- Hohe Awareness - lang anhaltende Wirkung

Preis: 1.050 Euro pro Kalenderwoche

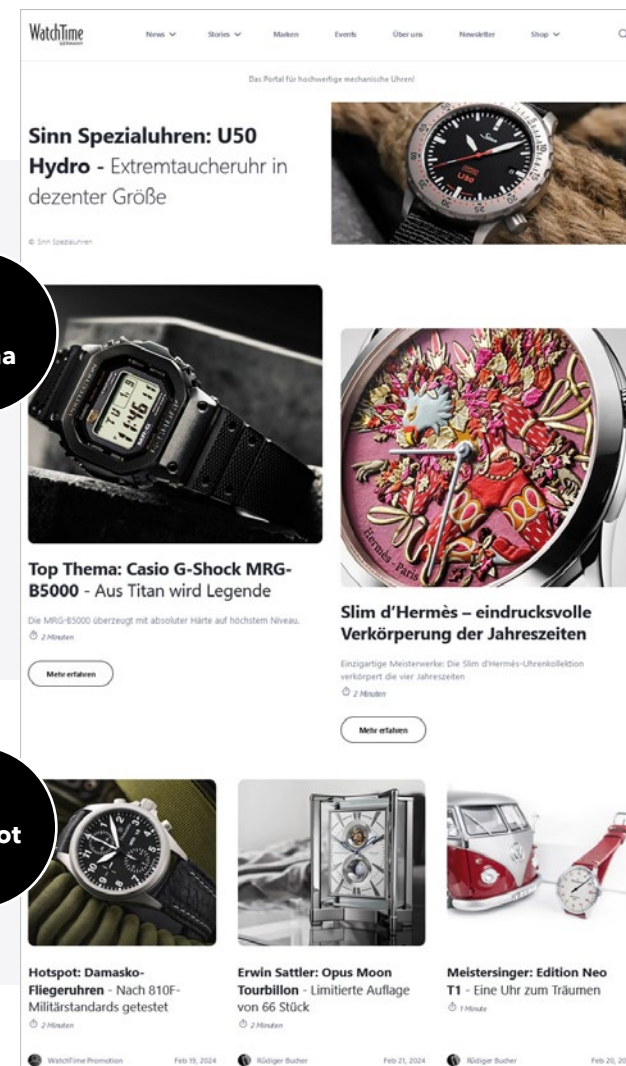
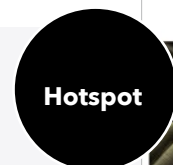
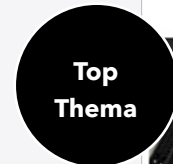
Kombinieren Sie:



Video

integriert in Hotspot/Top Thema

Preis: 250 Euro pro Integration



MARKE DES MONATS

Das reichweitenstarke Content-Format zur nachhaltigen Marken-Präsentation

Exklusives natives Werbeformat für eine wirkungsstarke Markenkommunikation. Multimediale Darstellung Ihrer Marke mit permanenter Bewerbung während Buchungsdauer auf der Startseite und Integration in die Ad-Rotation.

Ihre Vorteile

- Aufmerksamkeitsstarke Content-Platzierung
- Exzellente Sichtbarkeit
- Long-Read-Format für Ihre Marke

Optimal für

- Markenpräsentation
- Neueinführung einer Marke

Das wirkungsstarke native Werbemittel mit individueller Darstellung Ihrer eigenen Marke erzielt hohe Leistung durch permanente Bewerbung.

Leistung: Long-Read-Format inkl. reichweitenstarke Bewerbung

Zeitraum: 1 Monat

Preis: 5.500 Euro*

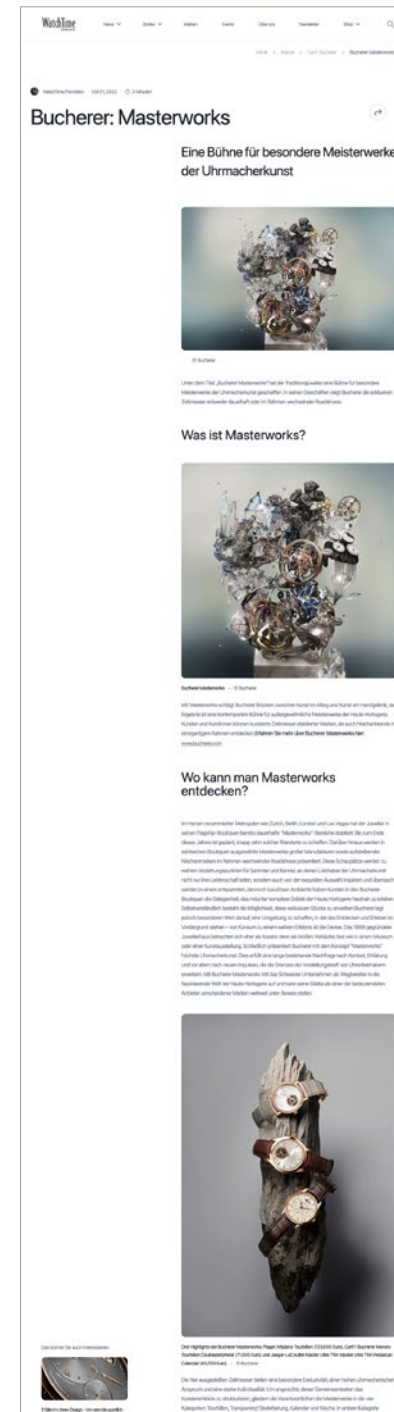
Newsletter + Social Media Push

Zusätzliche Bewerbung der Marke des Monats im Newsletter und auf den sozialen Kanälen von WatchTime mit dem Ziel, die optimale Reichweite an einzigartigen Kampagnenkontakten zu erreichen.

Leistung: Pro Newsletter Aussendung an 40.000 + X Empfänger,
Social Media Aktivierung

Zeitraum: 2 Aussendungen

Preis: 950 Euro



Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

*) Angebot nicht weiter rabattierbar, AE-Provision bei Buchung über Agentur 15%

NEWSLETTER

NEWSLETTER PREMIUM FORMAT

Sowohl im redaktionellen, als auch im Themen-Newsletter bieten wir Ihnen Premium-Formate für die großflächige Inszenierung Ihrer Marke und Ihrer Neuheiten.

Aufpreis Themen-Newsletter:



500 Euro

Weitere Formate auf Anfrage

Liebe Leserin, lieber Leser,

Was macht die Faszination für Chronographen aus? Vielleicht ist es die Art und Weise, wie sie die Zeit nicht nur anzeigen, sondern auch messbar festhalten können. Dazu kommt eine attraktive Ästhetik mit einer unverkennbaren Zifferblattaufteilung und Gehäuseform, die die Aufmerksamkeit auf sich zieht. Jeder Chronograph erzählt seine eigene Geschichte, hier stellen wir Ihnen mehr dazu vor.

Mit den besten Grüßen
Daniela Pusch
Head of Editorial Germany

Wofür können Sie einen Chronographen nutzen?

Der ursprüngliche Zweck des Chronographen liegt in der Sportzeitmessung. Am 1. September 1821 erfindete der Uhrmacher Nicolas-Mathieu Breguet bei einem Pleinmèreen in Paris die Rundenzellen mit einem neuartigen Instrument, das er "Sekunden-Chronograph" nannte. Doch der Chronograph bietet weitere Möglichkeiten, auch für weniger sportliche Einsätze: Pasta kochen, Parkzellen im Blick behalten und so weiter. Wichtig dabei ist die Ablesbarkeit. Ihr kommen kontrastreiche Zifferblätter durchgängige Skalen und milder Leuchtmasse zugute.

Anzeige

Sportlichkeit und Klarheit – Schallmauer Automatik

Die kontrastreiche „Panda-Version“ mit schwarzen Highlights ist bei Chronographen unübertroffen aussagekräftig und macht sie zum unverzichtbaren Statistiker am Handgelenk. Das Herzstück der auf 180 Exemplare streng limitierten Farbvariante bildet das Schweizer Kaliber Sellita SW150BHS Elabore mit 12 Stunden Gangreserve. Ein Herzstück ist die glänzende Keramikgehäuse in Kombination mit ihrem gewölbten und doppelt entspiegeltem Saphirglas. Die Zähler, Ziffern, Indizes und Nummern sind mit Superluminova BGVN 9 versehen. Mit einem Preis von 1.699 Euro bietet der limitierte Chronograph ein überzeugendes Preis-Leistungs-Verhältnis.

www.vanstagg.de

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

STAND-ALONE NEWSLETTER

Die ungeteilte Aufmerksamkeit für Ihre Themen bei potentiellen Käufern Ihrer Produkte im Look and Feel des redaktionellen Newsletters.

Der exklusive Stand-Alone Newsletter „Marke Exklusiv“ sorgt für maximale Reichweite und Performance Ihrer Botschaften und leitet interessierte Abonnenten direkt auf Ihre Website weiter.

Garantierte Versendung an 40.000 + X uhreninteressierte Abonnenten.



Preis: 7.000 Euro*

*) Preis ist nicht weiter rabattierbar, AE-Provision bei Buchung über Agentur

Liebe Leserin, lieber Leser,

Oris stellte während der Geneva Watch Days 2023 eine Sonderedition der Oris Aquis Date mit einem Zifferblatt aus recyceltem „Oxide“-Flachmetzen vor. Mit diesem speziellen Zeitmesser macht der Hübeler Uhrhersteller auch seine neue Partnerschaft mit Bracetel public – einem Social-Entrepreneur, der Accessoires aus recyceltem Flachmetzen herstellt und mit Oris nun spektakuläre Zifferblätter realisiert.

Viel Freude beim Entdecken!
Daniela Pusch
Head of Editorial Germany





Anzeige

Der Nettoeffekt – Oris x Bracetel

Wir sind stolz, nun die Oris x Bracetel vorzustellen, eine Sonderedition der Taucheruhr Aquis Date mit einem spektakulären Zifferblatt aus recyceltem Geleiser und Albletzen. Zur Herstellung dieser kataloekologischen Zifferblätter werden kleine grüne, blau und weiße Abschnitte zusammengestellt und vorsichtig erwärmt, bis sie miteinander verschmelzen. Beim Abkühlen häften sie zu einer dünnen Platte aus, die zuschgeschaffen, gepresst und geschliffen wird, bis sie nur noch 0,3 mm dick ist. Das Material enthält keine Zusätze, Füllstoffe oder Klebstoffe. Jedes Zifferblatt ist ein Unikat.

Mehr über das Modell erfahren





SPECIALS

WEB SPECIAL DIE NEUEN UHREN 2024

Bereits in den vergangenen Jahren hat WatchTime.net erfolgreiche Formate für die hochwertige Produktpräsentation von feinen mechanischen Uhren etabliert.

Web Special Die neuen Uhren 2024

Special zur Kommunikation der neuen Uhrenmodelle

Optimaler Startzeitpunkt: Mai/Juni 2024

Bewerbung: 3 Monate

inkl. redaktionelle Feature Box
(mind. 80k Ad Impressions),
3 Newsletter-Integrationen,
Facebook Announcement

Preis: 2.500 Euro

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

Seiko: die neuen Uhren 2023
von Promotion am 15. Juni 2023

Expertise in jedem Bereich der Uhrmacherei, Innovationen und Pionierarbeit. Auch über 140 Jahre nach der Gründung folgt Seiko entschlossen der Vision des Gründers Kintaro Hattori und arbeitet noch immer nach der Philosophie des Kaizen – des Strebens nach Perfektion.

Seiko ist eine der wenigen echten Uhren-Manufakturen. Sämtliche Entwicklungen und Produktionen finden im eigenen Haus statt. Die Manufaktur Seiko befindet sich noch heute in Familienbesitz und vereint traditionelle Handwerkskunst mit Technik am Puls der Zeit.



Die wichtigsten Fakten über die neuen Uhren von Seiko:

Seiko: Prospex SPB381J1
Referenz | SPB381J1
Werk | 8R54 Automatik
Gehäuse | Edelstahl mit Super-Hard-Coating, 42 Millimeter, verschraubter Gehäuseboden, gewölbtes Saphirglas, 12,9 Millimeter hoch
Besonderheiten | 24-Stunden-Zeiger
Preis | 1.790 Euro
Weitere Informationen | bei Seiko



Seiko: Prospex SFJ001P1
Referenz | SFJ001P1
Werk | 8A50 Solar
Gehäuse | Edelstahl, 42 Millimeter, flaches Saphirglas, 12,9 Millimeter hoch
Besonderheiten | Funktion zur Verhinderung des Überladens.



SPECIAL DEUTSCHE UHRENMARKEN

Die interaktive Karte mit Portrait Ihrer Marke

Neuaufgabe: 18.10.2024

Laufzeit: 1 Jahr

Preis: 1.050 Euro



HANDS-ON VIDEO

Vorstellung eines hochklassigen Uhrenmodells oder einer Uhren-Kollektion durch ein Mitglied der Redaktion im redaktionellen Look-and-feel und festgelegtem Storyboard. Produktion inklusive Publikation des Beitrags auf WatchTime.net und im Youtube Kanal.



Preis: Auf Anfrage
Inklusive der Nutzungsrechte für die Marke

VIDEO-PRODUKTIONEN

Für die Realisierung von individuellen Video-Projekten stehen unsere Experten in der Video-Produktion als auch im Storytelling zur Verfügung. Kontaktieren Sie uns für die Realisierung Ihres Projekts.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

SOCIAL MEDIA - INSTAGRAM CHANNEL

Mit der Social Media Reichweite von WatchTime bringen wir Marken in direkten Kontakt mit unseren Followern und Liebhabern feiner Uhren in der gesamten Welt. Wir bieten Ihnen die Adressierung der Zielgruppe in der zum Kanal optimal passenden Tonalität und eine reichweitenstarke Präsenz für visuelle Kommunikation.

Instagram Kanäle:

@watchtimemagazine

@watchtime.net

Aktuelle Reichweite:
> 350K Followers weltweit

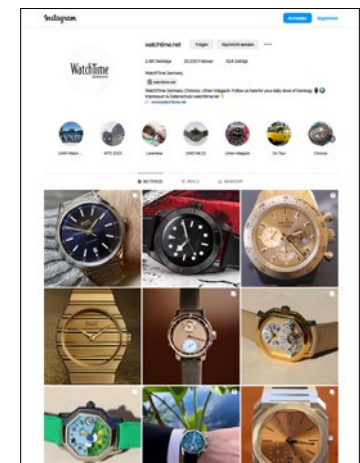
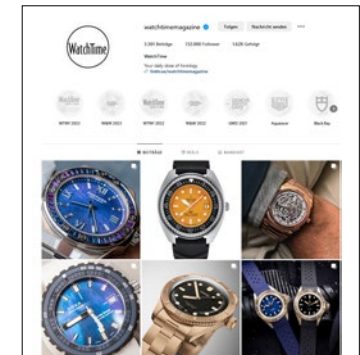
Status: Oktober 2023

Wir stellen Ihnen für die Nutzung der Social Media Reichweite wirkungsstarke Pakete zur Verfügung. Ich unterstütze Sie bei der Planung und freue mich auf Ihren Kontakt.



Michael Albus

Gesamtanzeigenleitung
Uhrenmedien
Tel. +49(0)731-880 057-170
E-Mail: albus@ebnermedia.de





EVENTS

EVENTS

WatchTime Germany bietet mit virtuellen und physischen Events die optimale Plattform für den direkten Austausch mit UhrenliebhaberInnen und SammlerInnen. Präsentieren Sie Ihre Innovationen und neuesten Kreationen über 3.200 BesucherInnen der WatchTime Düsseldorf oder während eines individuellen Signature-Event.



BRINGING THE WATCH COMMUNITY TOGETHER

WatchTime Düsseldorf

25. - 27. Oktober 2024

Rheinterrasse Düsseldorf

Mehrtägiges Event mit einzigartigen Markenerlebnissen renommierter Uhrenhersteller, neuesten Innovationen und feinen Kreationen.

Signature-Event auf Anfrage



Charlotte Friess

Head of Live Communication Watches Global

Tel. +49 (0)731 88005-8213

charlotte.friess@ebnermedia.de



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ONLINE-WERBUNG

WatchTime

Online Mediadaten 2024

1. Ausschließlicher Geltungsbereich, Zusicherung

1.1 Die Ebner Media Group GmbH & Co KG Karlstraße 3, 89073 Ulm (nachfolgend Ebner, EBNER MEDIA GROUP oder Verlag genannt) vermarktet im eigenen Namen und auf eigene Rechnung für die für von ihm betriebenen Webseiten und Smartphone bzw. Tablet PC Applikationen Werbeauftragte.

1.2 Für alle Vertragsverhältnisse zwischen dem Verlag und dem werbungstreibenden Vertragspartner (nachfolgend „Kunde“ genannt) über die Schaltung von Werbeauftritten gelten ausschließlich die nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Geltung etwaiger allgemeiner Geschäftsbedingungen des Kunden ist ausdrücklich ausgeschlossen, auch wenn der Verlag im Einzelfall nicht widerspricht.

1.3 Der Verlag sichert zu, die Vorgaben des Gesetzes zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns (MiLoG) einzuhalten. Dies gilt auch, soweit der Verlag andere Unternehmer mit der Erbringung von Werk- oder Dienstleistungen beauftragt.

2. Leistungen Online-Werbemittel

2.1 „Leistungen“ im Sinne dieser AGB sind alle beim Verlag buchbaren Online-Werbemittel und sonstige im Rahmen der Werbung buchbaren Dienstleistungen des Verlags (z.B. Programmierung von Werbemitteln, Microsites, Durchführung von Marketingprogrammen etc.).

2.2 Online-Werbemittel“ sind Angebote, welche aus Bild, und/ oder Text und/oder Ton und/oder Bewegtbildern und/oder aus einer sensitiven Fläche bestehen, die durch Anklicken mit einer vom Werbungstreibenden festgelegten Webadresse verbunden werden (z.B. Link). Dies kann neben klassischer Banner-Werbung insbesondere auch Produkt- und Firmeneinträge, Sponsorings, E-Mail- Kampagnen oder Microsites umfassen. Ferner umfasst sind sog. "Download-Angebote" des Kunden wie Video Ads, E-Books oder sonstige Download- oder Streaming-Angebote, welche vom Verlag bereitgehalten werden.

2.3 "Werbeauftrag" ist der Vertrag über die Schaltung eines Online-Werbemittels bzw. sonstige Leistungen zum Zwecke der Verbreitung durch den Verlag.

3. Vertragsschluss

3.1 Ein Werbeauftrag kommt grundsätzlich durch schriftliche oder per E-Mailerfolgte Bestätigung oder durch (teilweise) Erbringung der Leistungen durch den Verlag zustande.

3.2 Bei der Buchung über Umsatzmittler (Werbeagentur) kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur selbst zustande. Soll ein Werbungstreibender Kunde werden, muss dieser von der Agentur namentlich benannt werden.

4. Mitwirkungspflicht des Kunden

4.1 Soweit die Online-Werbemittel vom Verlag einzustellen sind, wird der Kunde dem Verlag das Werbemittel bis spätestens vier Werktage vor dem vereinbarten Ersterscheinungstermin zur Verfügung stellen. Die Datenanlieferung erfolgt unter Beachtung der jeweils aktuellen, technischen .Formatanforderungen des Verlags. Sollte aufgrund einer verspäteten oder nicht den technischen Anforderungen entsprechenden Anlieferung eine ordnungsgemäße und termingerechte Veröffentlichung des Werbemittels durch den Verlag nicht möglich sein, bleibt die Zahlungsverpflichtung des Kunden hiervon unberührt. Die Kosten für die Anfertigung von fehlerfreiem Material oder vom Kunden gewünschter oder zu vertretender Änderungen der vereinbarten Ausführungen hat der Kunde zu tragen.

4.2 Der Kunde ist berechtigt, mit Links auf eine Ziel-URL zu verweisen, soweit sich dabei ein neues Browserfenster öffnet. Der Einsatz sonstiger technischer Mittel, welche den Nutzer von der Seite weglenken oder Daten über ihn sammeln, ist unzulässig, insbesondere bedürfen die Verwendung von Overthe-Page (DTP) Werbemitteln, das Abfordern von Angaben von Nutzerdaten sowie das Setzen von Cookies der vorherigen schriftlichen Genehmigung durch den Verlag.

5. Pflichten des Kunden, Haftungsfreistellung

5.1 Der Kunde wird durch Einsatz geeigneter und auf den neuesten Stand der Technik beruhenden Schutzprogrammen sicherstellen, dass die übermittelten oder von ihm eingestellten Werbemittel frei von schädlichen Codes, wie z.B. Viren und/ oder Trojanern, sind.

5.2 Der Kunde trägt die Verantwortung für den Inhalt der OnlineWerbemittel sowie dafür, dass durch die Online-Werbemittel Rechte Dritter nicht verletzt werden. Den Verlag trifft keine Pflicht zur Überprüfung der Online-Werbemittel in Bezug auf die Vereinbarkeit mit den jeweils aktuell geltenden, gesetzlichen Bestimmungen. Der Kunde hat den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, erwachsen.

5.3 Der Kunde versichert, dass er In Bezug auf alle Urheber der Online-Werbemittel die erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte eingeholt hat, die ihm die Rechteerklärungen gemäß Ziffer 10.1. und 10.2. an den Verlag ermöglichen. Gleiches gilt für eventuelle erforderliche Vereinbarungen mit Verwertungsgesellschaften (insb. der GEMA). Er übernimmt die von diesen Verwertungsgesellschaften geltend gemachten Beträge.

6. Ablehnungsbefugnis; Unterbrechung der Werbemaßnahme, Kennzeichnung

6.1 Der Verlag kann einzelne Online-Werbemittel ablehnen, wenn diese gegen geltende Gesetze oder geltende Rechtsprechung, behördliche oder gerichtliche Anordnungen oder gegen eine vom Verlag abgegebene Unterlassungserklärung verstoßen oder Rechte Dritter verletzen oder die Veröffentlichung wegen des Inhalts, der Herkunft oder aus technischen Gründen für den Verlag unzumutbar ist. Dieses Recht besteht auch für einzelne Online-Werbemittel, die in Erfüllung eines Rahmenvertrages mit dem Kunden veröffentlicht werden sollen.

6.2 Der Verlag ist berechtigt, die Durchführung von Werbemaßnahmen (vorübergehend) zu unterbrechen, sofern der begründete Verdacht besteht, dass die Voraussetzungen gemäß Ziffer 6.1. erfüllt sind, und zwar insbesondere für den Fall, dass ein Dritter eine nicht offensichtlich unbegründete Verletzung

seiner Rechte geltend macht, eine Abmahnung bereits in einem ähnlichen Fall erfolgt ist oder Im Falle der Aufnahme von Ermittlungen staatlicher Behörden. Gleiches gilt für den Fall, dass der Kunde nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels vornimmt, die zu einem Verstoß gemäß Ziffer 6.1.führen. Der Verlag wird den Kunden über eine derartige Unterbrechung unverzüglich unterrichten und ihm die Möglichkeit einräumen, die Rechtmäßigkeit der Werbemaßnahme darzulegen und gegebenenfalls zu beweisen.

6.3 Ebenso kann der Kunde die Unterbrechung oder Entfernung der Werbemaßnahme vom Verlag verlangen, wenn er von einem Dritten wegen einer Rechtsverletzung in Anspruch genommen wird. Soweit der Kunde die Werbemaßnahme selbst entfernen oder Offline stellen kann, ist in diesem Fall selbst zur Entfernung oder Sperrung verpflichtet.

6.4 Für den Fall der Ablehnung oder Unterbrechung von Werbemaßnahmen nach Maßgabe der Vorziffern ist von dem Kunden dennoch die vereinbarte Vergütung abzüglich der beim Verlag ersparten Aufwendungen zu zahlen, es sei denn, der Verlag konnte den vorgesehenen Werbeplatz anderweitig vergeben. Diese Zahlungspflicht besteht nicht, sofern der Kunde nachweisen kann, dass der Inhalt des Werbemittels rechtmäßig war und somit Gründe für die Ablehnung bzw. Unterbrechung auf Veranlassung des Verlags nicht bestanden.

6.5 Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht klar als solche erkennbar sind, werden vom Verlag nach eigenem Ermessen deutlich von den sonstigen Inhalten getrennt, z.B. durch Ausweis als "Anzeige".

7. Gewährleistung durch den Verlag, Rückpflicht des Kunden, Verjährung

7.1 Der Verlag gewährleistet die nach Maßgabe der in der Auftragsbestätigung und den "Technischen Formatanforderungen" übliche Beschaffenheit und Veröffentlichung des Online-Werbemittels unter Beachtung der von dem Kunden übermittelten Daten.

7.2 Entspricht die Veröffentlichung eines Online-Werbemittels nicht der geschuldeten Beschaffenheit, hat der Kunde Anspruch auf Verlängerung des Veröffentlichungszeitraums oder auf eine unverzügliche Ersatzschaltung in einem vergleichbaren Umfeld. Dies gilt jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Online-Werbemittels beeinträchtigt wurde. Erfolgt eine derartige Ersatzwerbung durch den Verlag trotz angemessener Fristsetzung des Kunden nicht oder ist die Schaltung der Ersatzwerbung für den Kunden unzumutbar oder schlägt auch diese fehl, so hat der Kunde ein Recht auf Zahlungsminderung sowie Rückgängig des Auftrags in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Online-Werbemittels beeinträchtigt wurde.

7.3 Der Kunde wird die Werbemaßnahme nach dem Ersterscheinungstermin unverzüglich prüfen und etwaige Mängel rügen (Rügepflicht).Bei verdeckten Mängeln ist die Anzeige unverzüglich nach ihrer Entdeckung zu machen. Offene Mängel sind innerhalb von fünf Werktagen nach Ersterscheinung, verdeckte Mängel innerhalb derselben Frist nach Entdeckung schriftlich zu rügen

7.4 Der Verlag gewährleistet eine Verfügbarkeit der Websites, damit der Werbemittel, von 94%/Monat. Nicht in diese Zeit eingerechnet werden die für die Wartung des Systems erforderlichen Unterbrechungen im angemessenen Rahmen sowie eine Unterbrechung aufgrund höherer Gewalt oder nicht abwendbarer Ursachen. Die Verfügbarkeit versteht sich als das Verhältnis von IST-Zeit zu Soll-Zeit.

8. Platzierung der Werbung; Verwendung von Daten, Laufzeit, Verfügbarkeit, Preise

8.1 Der Verlag wird die Platzierung von Werbemitteln im Rahmen der jeweils gebuchten Werbemaßnahme unter größtmöglicher Berücksichtigung der Wünsche des Kunden vornehmen. Soweit nichts anderes vereinbart ist, hat der Kunde jedoch keinen Anspruch auf eine bestimmte Platzierung oder den Ausschluss von Werbung für Waren oder Dienstleistungen eines Konkurrenten des Kunden.

8.2 Der Verlag wird ggf. Download-Angebote sowie Firmen- und/ oder Produkteinträge gemeinsam mit den Informationen von anderen Kunden in eine Datenbank einstellen und auf den vom Kunden gebuchten Kanälen zum Abruf durch Nutzer bereithalten.

8.3 Sofern der Kunde aufgrund der Leistungen des Verlags personenbezogene oder anonyme bzw. pseudonyme Daten erhält, dürfen diese Daten ausschließlich im Rahmen der jeweiligen Werbe -Kampagne durch den Kunden unter Beachtung der aktuell gültigen, datenschutzrechtlichen Bestimmungen ausgewertet werden, sofern dies im Rahmen des Werbeauftrags vereinbart wurde. Eine darüber hinausgehende Verarbeitung sowie Nutzung der Daten insbesondere durch Weitergabe an Dritte ist dem Kunden nicht gestattet. Dieses Verbot umfasst auch die Erstellung von Profiten aus dem Nutzungsverhalten der Nutzer insbesondere durch Anreicherung der vorhandenen Daten mit Drittinformationen. Der Kunde ist für seine Verarbeitungen selbst Verantwortlicher (keine gemeinsame Verantwortlichkeit) und hat eigenständig zu prüfen, ob z.B. seine Verarbeitung rechtmäßig (z.B. von einer Einwilligung gedeckt) ist und/oder ob ihn zusätzliche Pflichten treffen (z.B. Informationspflichten). Im Falle eines Lösches-, Berichtigungs- oder Sperrverlangens einer betroffenen Person, werden sich die Parteien gegenseitig nach Maßgabe des Art. 19 DS-GVO benachrichtigen.

8.4 Für den Werbeauftrag gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste des Verlags. Preisänderungen sind zulässig, wenn zwischen Vertragsschluss und vereinbarter Erstschtaltung des Online-Werbemittels mehr als vier Monate liegen. Derartige Preisänderungen werden jedoch nur wirksam, sofern sie von dem Verlag mindestens ein Monat vor Veröffentlichung des Online-Werbemittels angekündigt werden. Der Kunde ist zum Rücktritt innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung berechtigt.

8.5 Bei einem Auftrag über die Schaltung mehrerer Online-Werbemittel (Rahmenvertrag) hat der Abruf der einzelnen Werbemittel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss zu erfolgen. Bezug auf den Preis gilt die zum Zeitpunkt der Schaltung gültige Preisliste. Vereinbarte oder eingeräumte Rabatte gelten nur für das in Auftrag gegebene Online-Werbemittel Volumen. Erfolgt der vollständige Abruf der gebuch-

ten Werbemittel nicht innerhalb der Ein-Jahres-Frist, ist der Kunde verpflichtet, dem Verlag den Differenzbetrag zwischen dem vertraglich unter Beachtung des festgelegten Gesamtvolumens gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten (Rabatt-Nachbelastung).

8.6 Soweit der Kunde eine bestimmte Anzahl von AdImpressions für eine Werbemaßnahme gebucht hat, weist der Verlag darauf hin, dass diese Angaben zwangsläufig auf Erfahrungswerten der Vergangenheit beruhen. Sollten die AdImpressions ausnahmsweise nicht erreicht werden, wird der Schaltungszeitraum der Werbemaßnahme bis zum Erreichen der gebuchten AdImpressions verlängert. Ist die dabei vom Kunden gebuchte Platzierung für die verlängerte Werbezeit bereits an einen anderen Kunden vergeben, ist der Verlag berechtigt, unter angemessener Berücksichtigung der Interessen des Kunden, auf eine vergleichbare Platzierung auszuweichen. Systembedingt kommt es beim Einsatz von 3rd-Party-Adservern zu Zählerdifferenzen. Als Abrechnungsgrundlage gelten immer die Zahlen des Verlags.

8.7 Sofern der Verlag Leistungen erbringt, die dem Urheberrecht unterliegen, räumt er dem Kunden die einfachen Nutzungs- und Verwertungsrechte ein, die zur Durchführung der Werbeauftritte erforderlich sind. Eine weitergehende Verwertung durch den Kunden bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlags.

8.8. Mit Vertragsabschluss erklärt sich der Kunde damit einverstanden, dass der Verlag auftragsbegleitende Informationen wie z. B. Korrekturabzüge, Rechnungen, Statistiken oder produktergänzende Informationen per E-Mail an den Kunden verschicken darf.

9. Zahlungsbedingungen, Vorauskasse, Zurückbehaltungsrecht und Aufrechnung

9.1 Die Rechnung wird am ersten Erscheinungstag des OnlineWerbemittelauftrages, spätestens jedoch am Ende des Monats, in welchem der Auftrag geschaltet wird, erstellt. Ist eine Vorauszahlung nicht vereinbart, ist die Rechnung innerhalb von zehn Werktagen nach Rechnungsstellung ohne Abzug zu zahlen; nach Fristablauf kommt der Kunden Zahlungsverzug und hat den Rechnungsbetrag mit einem Zinssatz von 8% über dem jeweils gültigen Basiszinssatz gemäß § 247 BGB zu verzinsen.

9.2 Kommt der Kunde seinen Zahlungsverpflichtungen nicht vertragsgemäß nach oder überschreitet er die Fälligkeitstermine, stellt er seine Zahlungen ein oder werden andere Umstände bekannt, die die Kreditwürdigkeit in Frage stellen, so kann unbeschadet bestehender Stundungs- und Ratenzahlungsabreden Vorauszahlung der in Auftrag gegebenen Leistungen sowie die Zahlung aller offenen, auch der noch nicht fälligen Rechnungen durch den Verlag verlangt werden. Des Weiteren ist der Verlag berechtigt, die Erfüllung noch laufender Leistungen bis zur vollständigen Zahlung der offenstehenden Beträge zu verweigern.

9.3 Auch bei anderslautenden Bestimmungen wird die Zahlung zunächst auf die ältere Schuld, hier zunächst auf die Zinsen und dann auf die Hauptsache verrechnet.

9.4 Der Kunde ist zur Aufrechnung oder Zurückbehaltung nur berechtigt, wenn die Ansprüche vom Verlag anerkannt oder die Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt sind.

10. Rechteerklärung des Kunden

10.1 Der Kunde überträgt dem Verlag in Bezug auf alle OnlineWerbemittel sowie sonstige im Rahmen des Werbeauftrags veröffentlichten Inhalte die notwendigen Nutzungs- und Verwertungsrechte sowie sonstigen Leistungsschutzrechte. Hierzu gehört insbesondere das Datenbankrecht, das Recht zur Vielfältigkeit, Verbreitung, Sendung, Speicherung, sowie das Recht zur Zugänglichmachung.

10.2 In Bezug auf die Download-Angebote räumt der Kunde dem Verlag im Interesse einer umfassenden Vermarktung seiner Inhalte zusätzlich das Recht ein, die Inhalte an Dritte zur Bereithaltung im Internet zu lizenzieren oder die Inhalte für weitere Angebotsformen zu verwenden (sog. Content-Syndication).

10.3 Der Kunde räumt diese Rechte für die Dauer der Schaltung des Werbemittels ein. In Bezug auf die Content-Syndication gern. Ziffer 10.2. sind die Rechte zeitlich unbegrenzt aber je- derzeit mit einer Frist von zwei Wochen kündbar eingeräumt.

11. Haftung durch den Verlag

11.1 Der Verlag haftet unbeschränkt für durch seine gesetzlichen Vertreter oder leitenden Angestellten verursachte Schäden sowie für vorsätzlich verursachte Schäden sonstiger Erfüllungsgehilfen, bei einer fahrlässigen Pflichtverletzung auch für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Der Verlag haftet für Produkthaftungsschäden entsprechend der Regelungen im Produkt-haftungsgesetz. Der Verlag haftet für durch seine gesetzlichen Vertreter oder leitenden Angestellten verursachte Schäden aus der Verletzung von Kardinalpflichten; Kardinalpflichten sind die wesentlichen Pflichten, die die Grundlage des Vertrags bilden, die entscheidend für den Abschluss des Vertrags waren und auf deren Erfüllung der Lizenznehmer vertrauen darf. Wenn der Verlag diese Kardinalpflichten leicht fahrlässig verletzt hat, ist seine Haftung auf den Betrag begrenzt, der für den Verlag zum Zeitpunkt der jeweiligen Leistung vorhersehbar war. Der Verlag haftet für den Verlust von Daten nur bis zu dem Betrag, der bei ordnungsgemäßer und regelmäßiger Sicherung der Daten zu deren Wiederherstellung angefallen wäre. Eine weitere Haftung des Lizenzgebers ist dem Grunde nach ausgeschlossen.

12. Gerichtsstand, Erfüllungsort und anzuwendendes Recht

12.1 Gerichtsstand und Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags in Ulm. Dies gilt nur, wenn der Kunde zu den Kaufleuten im Sinne der §§ 1, 2,3, 5 und 6 HGB gehört oder juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich rechtliches Sondervermögen ist oder wenn dessen Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist oder wenn dessen Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort nach Vertragsschluss aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt wird oder der Kunde keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat. Der Verlag st aber auch berechtigt, beidem für den Sitz des Kunden zuständigen Gericht zu klagen.

12.2 Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.