

MEDIAKIT DIGITAL 2026

Gültig ab 01.01.2026

INHALT

Ansprechpartner	2
Benutzer-Strukturdaten	3
Native Advertising, Top Thema, Hotspot	5
Display Werbemittel	6
Marke des Monats	7
Newsletter, Themen-Newsletter	8
Premium Format, Stand-Alone-Newsletter	9
Die neuen Uhren 2025, Deutsche Uhrenmarken	10
Video, Social Media	11
Signature Events by WatchTime	12
WatchTime Düsseldorf	13
Print Mediadaten	14
Erscheinungstermine und Anzeigenschlusstermine	15
Geschäftsbedingungen	16

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: 408.371 mtl.

Online Visits-Anteil Inland: 75 %

Seitenaufrufe / Page Impressions: 743.793 mtl.

Quelle: IVW, Oktober 2024



ANSPRECHPARTNER



Erika Sasse-Villemaire

Head of International Partnerships

Tel. +49(731) 88005-7171

E-Mail: erika.sasse@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 DACH Partnerships

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

BENUTZER-STRUKTURDATEN

Information

Als Basis für die folgenden Benutzerdaten dient der Uhren-Monitor 2022 und Google Analytics-Erhebungen aus dem Jahr 2024. 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.

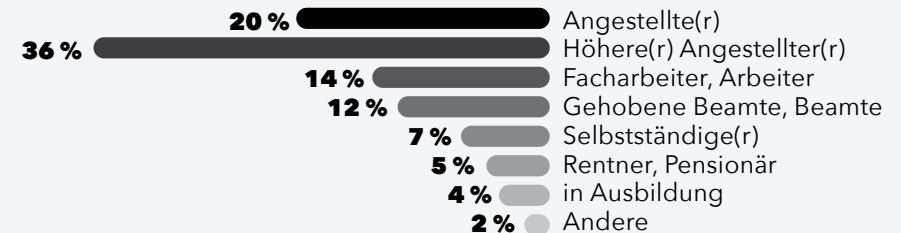
Geschlecht

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



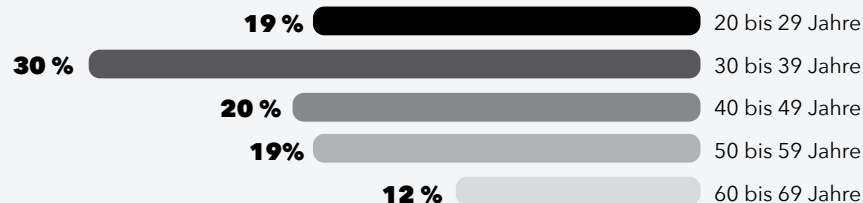
Beschäftigungsverhältnis

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

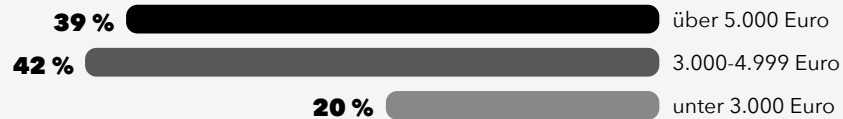
Die Besucher wohnen zumeist in Großstädten und haben ein Interesse an urbanen und trendigen Themen.



BENUTZER-STRUKTURDATEN

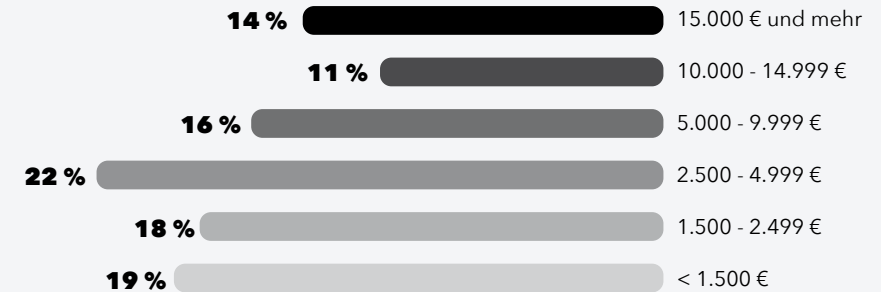
Haushalts-Netto-Einkommen

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



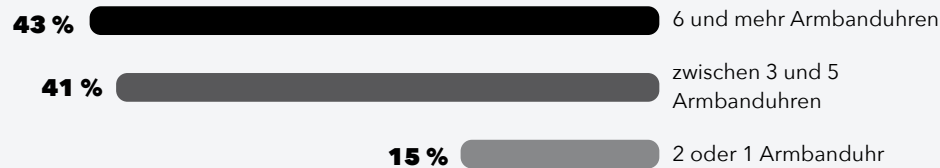
Maximale Ausgabebereitschaft für Uhren

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 Armanduhr – fast die Hälfte jedes halbe Jahr.



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 Ersteinschaltung 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

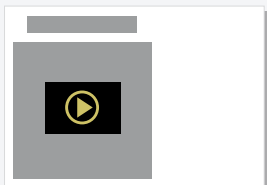
Preis: 2.450 Euro pro Woche

Hotspot - Uhr der Woche

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

Preis: 1.350 Euro pro Kalenderwoche

Kombinieren Sie:



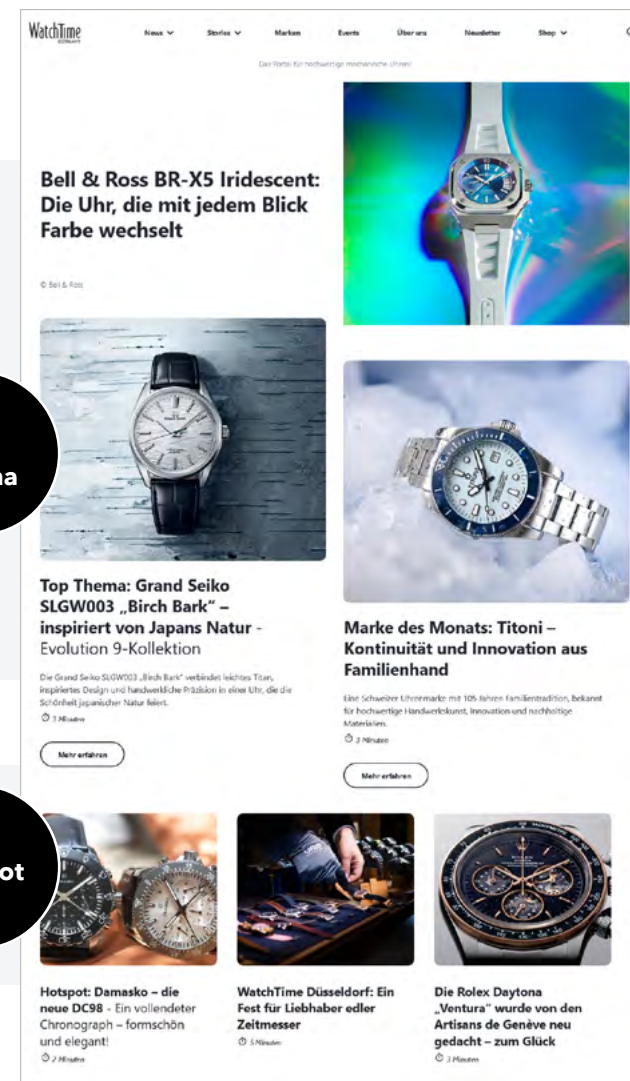
Video

integriert in Hotspot/Top Thema

Preis: 350 Euro pro Integration

Top
Thema

Hotspot



DISPLAY WERBEMITTEL / BANNER

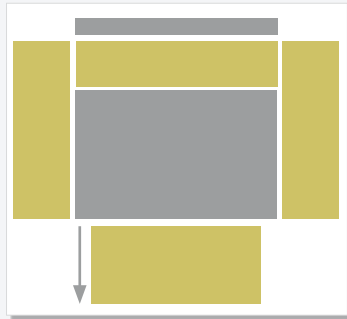
Rotation

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

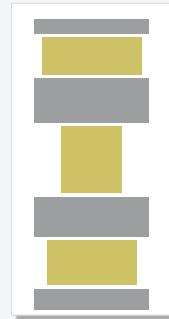
Panorama Billboard 1120 x 250 px

Skyscraper links 300 x 800 px

Skyscraper rechts 300 x 800 px

Parallax Ad 840 x 600 px

TKP*: 160 Euro



Mobilansicht



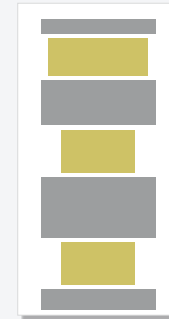
Content Takeover

Panorama Billboard 1120 x 250 px

Premium Inread Ad 640 x 500 px

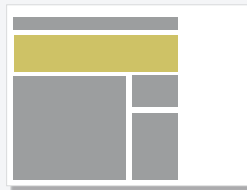
Premium Inread Ad 2 640 x 500 px

TKP*: 149 Euro



Mobilansicht

Einzelformate



Panorama Billboard

1120 x 250 px

640 x 500 px

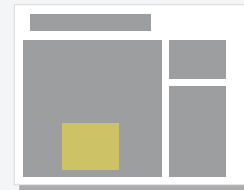
TKP*: 109 Euro



Parallax Ad

840 x 600 px

TKP*: 110 Euro



Inread Content Ad

640 x 500 px

TKP*: 71 Euro

Das reichweitenstarke Content-Format zur nachhaltigen Marken-Präsentation

Ihre Vorteile

- Optimal für

- Markenpräsentation
- Neueinführung einer Marke

Leistung: Long-Read-Format inkl. reichweitenstarke Bewerbung

Zeitraum: 1 Monat

Preis: 4.500 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 35.000 + X Empfänger,
Social Media Aktivierung

Zeitraum: 2 Aussendungen

Preis: 1.300 Euro

[illegible]

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

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

NEWSLETTER

Die WatchTime.net Newsletter-Abonnenten erhalten zwei Mal pro Woche das persönlich gewünschte Update zur Welt der mechanischen Uhren.

Aussendung an garantiert über 35.000 Abonnenten.
(Stand Oktober 2024)

Mögliche Anzeigenformate

Text-Bild Anzeige (natives Werbeformat)

Umfang: 55 Wörter inklusive Überschrift und 1 Bild
Preis pro Woche*: EUR 1.350,--
ab 3 Wochen: EUR 1.250,--

Display-Werbemittel

Format: 580x250 Pixel, JPG, GIF oder PNG Banner,
max. 80 KB

Preis pro Woche*: EUR 1.250,--
ab 3 Wochen: EUR 1.150,--

* Zwei Aussendungen pro Woche

TOP-Platzierung zuzüglich 25% Platzierungszuschlag

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

Liebe Leserin, lieber Leser,

Fliegeruhren-Fans dürfen sich freuen: ab sofort ergänzt die **Preventor 9 S** die Kollektion von Hanhart. Die Produktion der Uhr mit schwarzem PVD-Gehäuse und kleiner Sekunde hat nun Uhr ist 2024 auf 100 Stück limitiert. Ebenso legendär Chanel präsentiert zeitverändernde Modelle der J12. Monsieur und Roy Friend mit Bezug zur Historie, innovativen Materialien und Manufakturkunst. Viel Freude beim Entdecken!

Mit den besten Grüßen
Daniela Pauch
Head of Editorial Germany

Zenith Defy Skyline Chronograph

Der neue Defy Skyline Chronograph ist der Höhepunkt von über 50 Jahren Forschung und Entwicklung am B1 Automatikmodell der Defy Skyline und sein zentralisiertes Pendant hat Zenith auch dieser Zeitmesser mit der Zeitmessfunktion ausgestattet. Hier in Form eines Zeitmessuhr-Chronographen.

[Mehr erfahren](#)

H. Moser & Cie.: Streamliner Cylindrical Tourbillon Skeleton Alpine Limited Edition

Mit seiner neuen Komplikationsuhr baut Moser die Partnerschaft mit Alpine Motorsport ein. Das Modell wurde in Zusammenarbeit mit dem Formel-1-Team von Alpine gestaltet.

[Mehr erfahren](#)

100 Jahre Omega

WITSE (OMEGA) von Tradition.

SUPER TITANIUM

Hanhart: Preventor 9 S

Die Preventor 9 S ergänzt ab sofort die Kollektion der Fliegeruhren Spezialisten Hanhart aus dem Schwarzwald. Die Produktion der Uhr mit schwarzem PVD-Gehäuse und kleiner Sekunde hat nun Uhr ist 2024 auf 100 Stück limitiert.

[Mehr erfahren](#)

Code41: X41

Entdecken Sie die neue X41, ein Traum der Meiste Hanhart aus der Genesenschaft, der endlich wahr geworden ist: Schweizer Manufakturwerk, geringere Gehäusegröße, hochwertige Materialien und Verarbeitung, einseitige Leinwand, einseitig. Design. Die X41 Edition 1 kann bis zum 22. Mai zum Einführungspreis erhalten auf der Website von Code41 entdeckt werden. Jetzt konfigurieren!

[Mehr erfahren](#)

Chanel: Uhren

THEMEN-NEWSLETTER

Mit den Sonder-Newslettern schafft WatchTime ein Themenumfeld für die optimale Platzierung von Produkten. Die Performance dieser Sonderwerbform ist dabei absolut überdurchschnittlich.

Garantierte Versendung an über 30.000 Abonnenten.

Themen für 2026:

Fliegeruhren (21.02.2026)

Weltzeit Uhren (07.03.2026)

Neuheiten des Jahres (11.04.2026)

Taucheruhren (16.05.2026)

Urlaubsuhren / Sommerkracher (13.06.2026)

Top 5 Uhren für eine Hochzeit (04.07.2026)

Die neuen Chronographen (05.09.2026)

Top Uhren unter 2.000 € (26.09.2026)

Italienische Uhrenmarken (03.10.2026)

Skelett Uhren (31.10.2026)

Fliegeruhren (07.11.2026)

Kunstvolle Zifferblätter (21.11.2026)

Die schönsten Uhren zum Fest (05.12.2026)

Damenuhren als Geschenk (12.12.2026)

Preis: 1.500 Euro pro Newsletter (Weitere Themen auf Anfrage)

Liebe Leserin, lieber Leser,

der 7. Oktober steht an und damit drängt es uns wieder nach draußen. Unsere digitalen Uhren, die die perfekte Verbindung von Uhr und Natur bieten und für Outdoor-Enthusiasten konzipiert sind, sind die idealen Begleiter für Ihre Abenteuer. Entdecken Sie die Vielfalt der Outdoor-Aktivitäten.

Mit den besten Grüßen
Daniela Pauch
Head of Editorial Germany

Hamilton Khaki Field

Die Khaki Field Kollektion von Hamilton ist bekannt durch ihre schiere Vielfalt an Uhren, die sowohl in der Outdoor-Welt als auch in der Stadt zu Hause sind. Die Khaki Field Kollektion ist eine Mischung aus Tradition und Innovation. Die Uhren sind nicht nur für Outdoor-Enthusiasten, sondern auch für diejenigen, die die Natur lieben und die Schönheit der Natur in ihrer Umgebung spüren wollen. Die Khaki Field Kollektion ist eine Mischung aus Tradition und Innovation. Die Uhren sind nicht nur für Outdoor-Enthusiasten, sondern auch für diejenigen, die die Natur lieben und die Schönheit der Natur in ihrer Umgebung spüren wollen.

[Mehr erfahren](#)

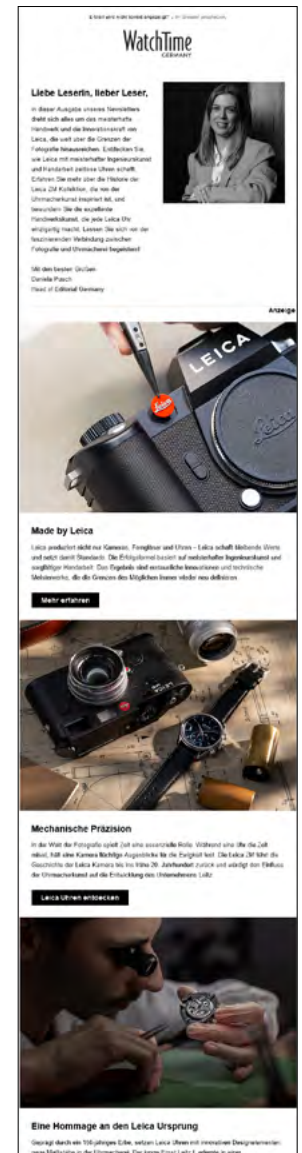
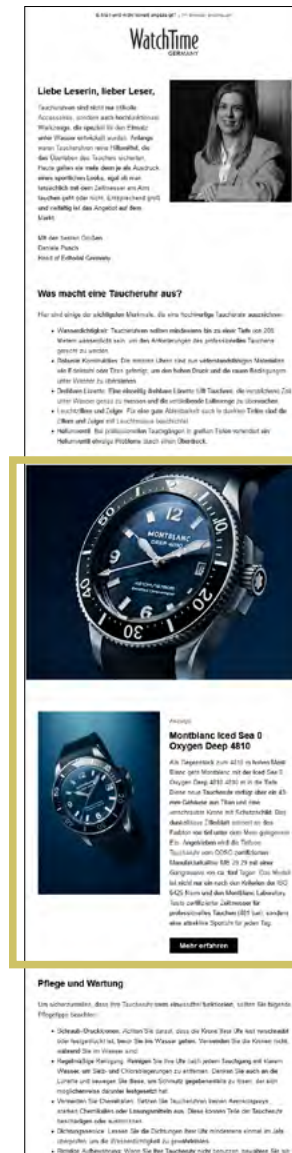
Weiche Outdoor-Aktivitäten können mit den richtigen Zeitmessern bereichert werden?

Ruhige Zeiten sind ideal, um sich zu entspannen, zu entspannen und zu entspannen. Die richtigen Zeitmesser können Ihnen dabei helfen, Ihre Zeit zu managen und Ihre Zeit zu managen.

- **Fliegen und Reisen:** Zeitmesser, die die Zeitzone und die Zeitzone anzeigen, können Ihnen helfen, Ihre Zeit zu managen und Ihre Zeit zu managen.
- **Fliegen und Reisen:** Zeitmesser, die die Zeitzone und die Zeitzone anzeigen, können Ihnen helfen, Ihre Zeit zu managen und Ihre Zeit zu managen.
- **Fliegen und Reisen:** Zeitmesser, die die Zeitzone und die Zeitzone anzeigen, können Ihnen helfen, Ihre Zeit zu managen und Ihre Zeit zu managen.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

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



WEB SPECIAL DIE NEUEN UHREN 2026

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

Web Special
Die neuen Uhren 2026

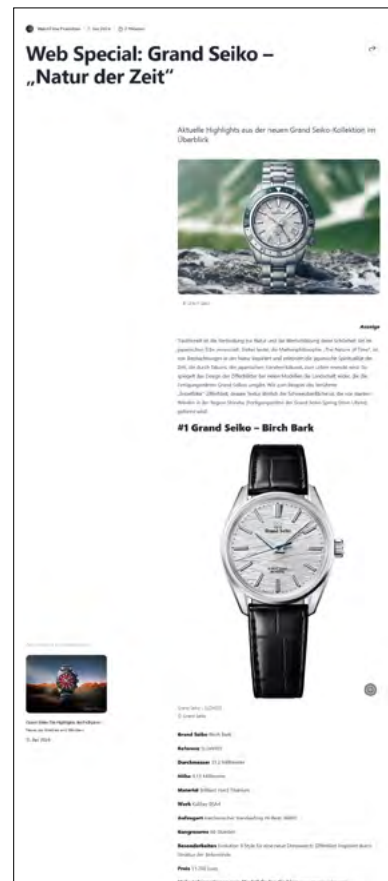
Special zur Kommunikation der
neuen Uhrenmodelle

Optimaler Startzeitpunkt: Mai/Juni 2026

Bewerbung: 3 Monate

Inkl. Feature Banner mit
max. 50k Ad Impressions,
3 Newsletter-Integrationen,
Facebook Announcement

Preis: 3.000 Euro



Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

SPECIAL DEUTSCHE UHRENMARKEN

Die interaktive Karte mit Portrait Ihrer Marke

Neuaufgabe: 01.10.2025

Laufzeit: 1 Jahr

Preis: 1.325 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.

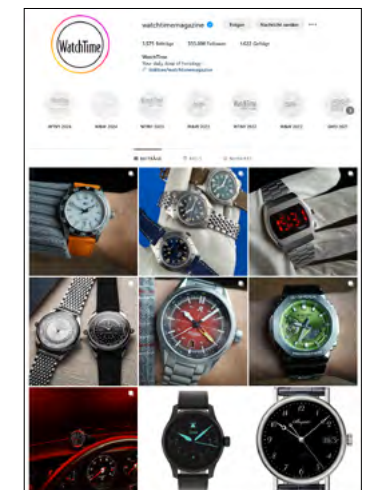
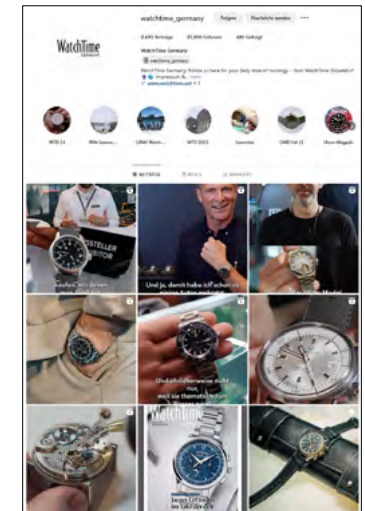
Instagram Kanäle:

@watchtime_germany

@watchtimemagazine

Aktuelle Reichweite:
> 350K Followers weltweit

Status: Oktober 2024



SIGNATURE EVENT *by WatchTime*

Das Signature Event ist ein kuratiertes Erlebnisformat für eine anspruchsvolle Zielgruppe aus passionierten Uhrenliebhabern, Sammlern und High-End-Konsumenten. In einem exklusiven Rahmen verbindet das Event redaktionelle Expertise mit einer moderierten Gesprächssituation, persönlichem Austausch und einer intensiven Markenexperience. Das ganzjährige Premium-Format, mit einer Vorlaufzeit von mind. 3 Monaten, ermöglicht teilnehmenden Partnern einen hochwirksamen Kommunikations- und Aktivierungsraum.



LEISTUNGSÜBERSICHT

Kuratiertes Programm: Moderierte Gesprächssession mit Branchenexperten, interaktive Q&A-Runde, exklusives Meet & Greet sowie Hands-on-Präsentation ausgewählter Uhren-Highlights

Zielgenaues Einladungsmanagement: Selektion von 30 qualifizierten Gästen aus der WatchTime-Community, persönliche Einladungen mit RSVP-Handling und Reminder-Kommunikation

360°-Kommunikationspaket: Editorial Announcements auf watchtime.net, Newsletter-Versand (redaktionell + VIP-Stand-Alone), Social-Media-Begleitung sowie hochwertiger Eventbericht im Printmagazin



OPTIONALE ERWEITERUNGEN

Premium-Rahmenprogramm: Champagner-Empfang, hochwertiges Fingerfood-Catering und exklusives Goodie-Bag inkl. WatchTime-Printausgabe, erweiterte Foto-/Videoproduktion für die Nachberichterstattung

Reichweitenverlängerung: Paid Social Media Push

Preis auf Anfrage - ein individuell zugeschnittenes Angebot wird gerne bereitgestellt.



WATCHTIME DÜSSELDORF

Die WatchTime Düsseldorf ist Deutschlands führendes Endkunden-Event für hochwertige Zeitmesser – ein mehrtätiges Schauformat, das anspruchsvolle Sammler, Kenner und moderne Luxusaffine aus dem gesamten mitteleuropäischen Raum zusammenführt. Mit 5.000 Besuchern entsteht ein intensiver, unmittelbarer Dialog zwischen Marke und Publikum, getragen von Emotion, Expertise und der besonderen Nähe zur Welt der mechanischen Uhr. Als größter Treffpunkt seiner Art in Deutschland bietet das Event Herstellern die unvergleichliche Möglichkeit, Innovationen, Handwerkskunst und Markenerlebnisse unmittelbar erlebbar zu machen.



BRINGING THE WATCH COMMUNITY TOGETHER

WatchTime Düsseldorf

23. - 25. Oktober 2026 | Rheinterrasse by D.LIVE

Event & Programm

Drei Veranstaltungstage mit kuratierten Präsentationen, Talks, Panels und Führungen sowie exklusivem Zugang zu kaufinteressierten Sammlern.

Inkludiert: Teilnahme am WatchTime Award, dem bedeutendsten Award der Veranstaltung.

Community & Reichweite

5.000 qualifizierte BesucherInnen aus DACH, Benelux und Frankreich mit hoher Investitionsbereitschaft im Premiumsegment.

Markeninszenierung & Kommunikation

Hochwertige Messestände in verschiedenen Ausbaustufen, umfassende Editorial Coverage (WatchTime Germany, Social Media, Video-Content, Live-Kommunikation)

Die Teilnahme richtet sich nach den in den Veranstaltungsunterlagen der WatchTime Düsseldorf festgelegten Premium-Konditionen.

PRINT MEDIADATEN 2026

WatchTime
GERMANY
Print Mediadaten 2026



Gültig ab 01.01.2026

ERSCHEINUNGSTERMINE UND ANZEIGENSCHLUSSTERMINE

AUSGABE	ERSCHEINUNGS-TAG	ANZEIGENSCHLUSS FÜR VOR-ZUGSPLATZIERUNGEN**	ANZEIGENSCHLUSS	DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS
März/April (2/26)	06.03.26	09.01.26	23.01.26	06.02.26
Mai/Juni* (3/26)	22.05.26	18.03.26	08.04.26	21.04.26
Jahresausgabe WatchTime Edition	03.07.26	30.04.26	12.05.26	27.05.26
Juli/August (4/26)	24.07.26	21.05.26	03.06.26	18.06.26
September/Oktober (5/26)	04.09.26	03.07.26	17.07.26	31.07.26
Oktober/November* (6/26)	23.10.26	14.08.26	28.08.26	11.09.26
Dezember/Januar* (1/27)	11.12.26	05.10.26	09.10.26	26.10.26

* erhöhte Druckauflage; ** Premium- und Vorzugsplatzierungen sowie Product Placements

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ONLINE-WERBUNG

WatchTime

Online Mediadaten 2026

1. Ausschießlicher 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 Werbeauftritte.
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 Over-the-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 eventuell erforderliche Vereinbarungen mit Verwertungsgesellschaften (insb. der GEMA). Er übernimmt die von diesen Verwertungsgesellschaften geltend gemachten Beiträge.

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 Vorziffer 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, Rümpflicht 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 (Rümpflicht).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 Lösch-, 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 Erstschaltung 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 Zählendifferenzen. 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 Nutzungsund 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. Rechteerklärungen 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 Produkthaftungsgesetz. 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.