



Das Portal für hochwertige mechanische Uhren!

Die neue Club Sport
Neomatik 34 von Nomos



WatchTime
GERMANY



SHUTTERSTOCK, WATCHTIME

MEDIAKIT DIGITAL 2025

Gültig ab 01.01.2025

INHALT

Ansprechpartner	2
Benutzer-Strukturdaten	3
Display Werbemittel	5
Native Advertising, Top Thema, Hotspot	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
Events	12
Geschäftsbedingungen	13

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: 278.345 mtl.
Online Visits-Anteil Inland: 75 %
Seitenaufrufe / Page Impressions: 585.736 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.

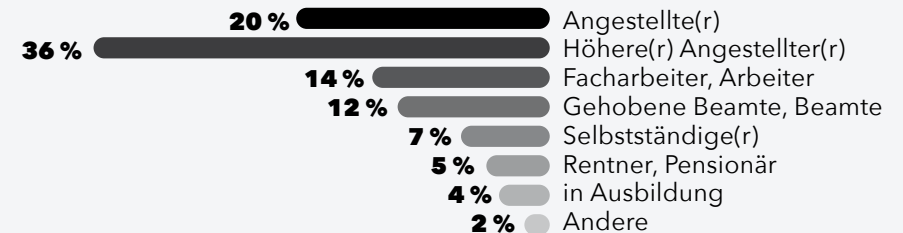
Geschlecht

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



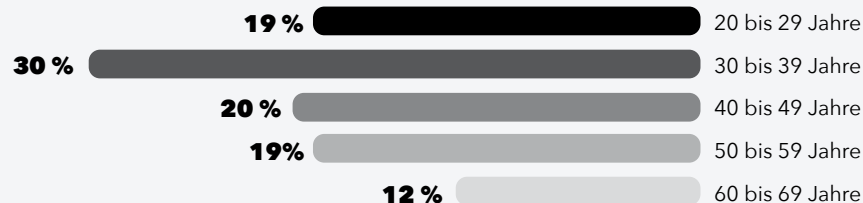
Beschäftigungsverhältnis

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

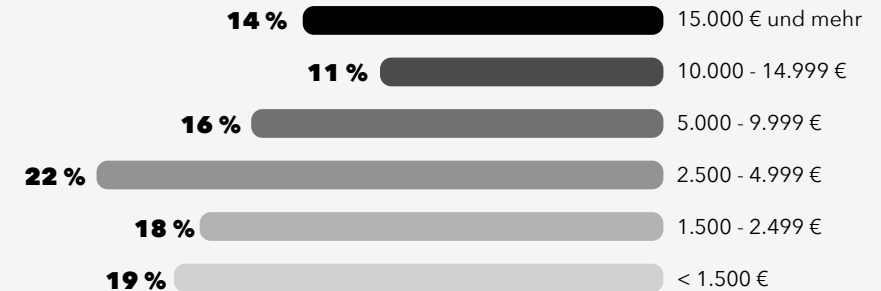
Haushalts-Netto-Einkommen

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



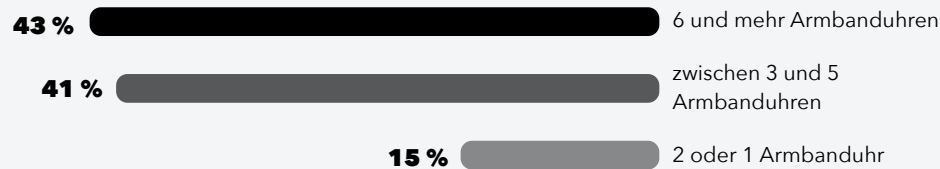
Maximale Ausgabebereitschaft für Uhren

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.



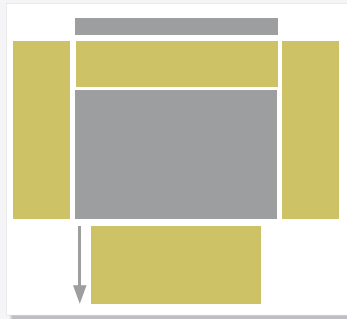
DISPLAY WERBEMITTEL / BANNER

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

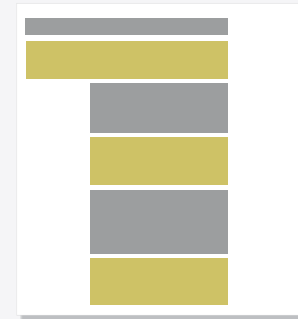
Skyscraper rechts 300 x 800 px

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

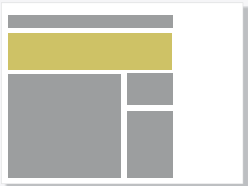
Premium Inread Ad 2 640 x 500 px

TKP*: 139 Euro



Mobilansicht

Einzelformate

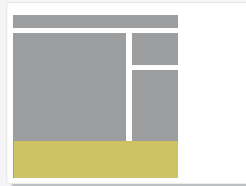


Panorama Billboard

1120 x 250 px

640 x 500 px

TKP*: 99 Euro



Floor Panorama Billboard (Sticky)

1120 x 250 px

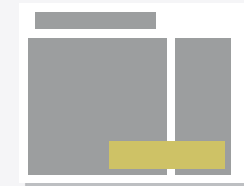
TKP*: 109 Euro



Parallax Ad

840 x 600 px

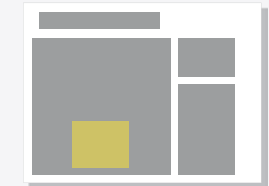
TKP*: 99 Euro



Floor Ad / Layer (Sticky)

728 x 90 px

TKP*: 75 Euro



Inread Content Ad

640 x 500 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

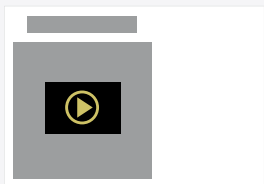
Preis: 2.250 Euro pro Woche

Hotspot - Uhr der Woche

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

Preis: 1.150 Euro pro Kalenderwoche

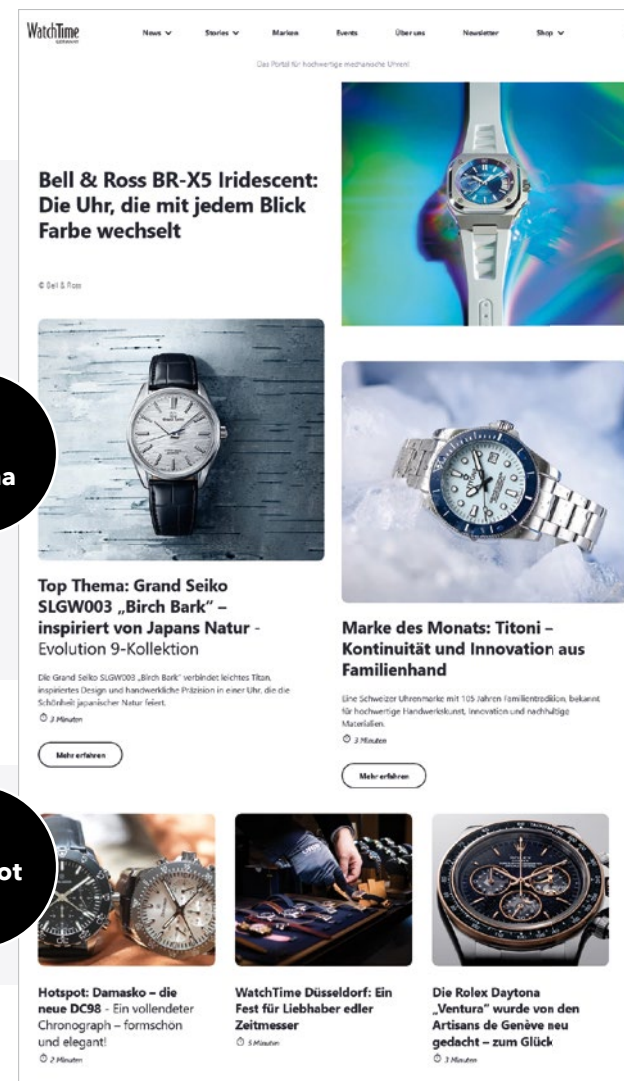
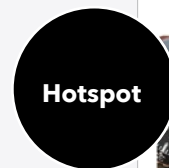
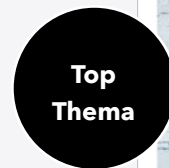
Kombinieren Sie:



Video

integriert in Hotspot/Top Thema

Preis: 250 Euro pro Integration



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 1.250,-
ab 3 Wochen: EUR 1.150,-

Display-Werbemittel

Format: 580x250 Pixel, JPG, GIF oder PNG Banner, max. 80 KB
Preis pro Woche*: EUR 1.150,-
ab 3 Wochen: EUR 1.050,-

* Zwei Aussendungen pro Woche

TOP-Platzierung zuzüglich 20% Platzierungszuschlag

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

3 Mail wird nicht korrekt angezeigt - 10 Bilder nicht hochgeladen.

WatchTime GERMANY

Liebe Leserin, lieber Leser,

Fliegeruhren Fans dürfen sich freuen: Ab sofort ergänzt die Prevoventor 5 die Kollektion von Hanhart. Die Produktion der Uhr mit schwarzem PVD-Gehäuse und kleiner Sekunde bei neun Uhr ist 2024 auf 100 Stück limitiert. Ebenfalls legendär: Chanel präsentiert automatenähnliche Modelle der 12, Monsieur und Boy-Friend mit Bezug zur Mission, innovativen Materialien und Manufakturwissen. Viel Freude beim Entdecken!

Mit den besten Grüßen
Daniela Pusch
Head of Editorial Germany

Zenith Cofy Skyline Chronograph

Der neue Dofy Skyline Chronograph ist der Höhepunkt von über 20 Jahren Forschung und Entwicklung am Elémens Uhrwerk. Wie das Automatenmodell der Dofy Skyline und sein skulpturales Pendant hat Zenith auch dieses Zeitmesser mit der Zeitraumbunden-Funktion ausgestattet. Klar in Form eines Zeitraumbunden-Chronographen.

Mehr erfahren

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

Mit seinem neuen Königskittelsmodell führt Moser in Partnerschaft mit Alpine Motorsport ein. Das Modell wurde in Zusammenarbeit mit dem Formel-1-Team von Alpine gestaltet.

Mehr erfahren

Hanhart Prevoventor 5

Die Prevoventor 5 ergänzt ab sofort die Kollektion der auf Fliegeruhren spezialisierten Hersteller Hanhart aus dem Schwarzwald. Die Produktion der Uhr mit schwarzem PVD-Gehäuse und kleiner Sekunde bei neun Uhr ist 2024 auf 100 Stück limitiert.

Mehr erfahren

Code41: X41

Entdecken Sie die neue X41, ein Traum der Haute Horlogerie aus der Gemeinschaft, der endlich weiter geworden ist: Schweizer Manufakturwerk, geringere Schwerkraft, hochwertige Materialien und Verarbeitung, erhöhte Leistung, verbessertes Design. Die X41 Edition 3 kann bis zum 22. Mai zum Einführungspreis bestellt auf der Website von Code41 vorbereitet 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 2025:

- Fliegeruhren (22.02.2025)
 - Uhren und Design (01.03.2025)
 - Neuheiten des Jahres (19.04.2025)
 - Taucheruhren (24.05.2025)
 - Chronographen (07.06.2025)
 - Sportuhren (28.06.2025)
 - Taucheruhren (05.07.2025)
 - Retro-Uhren (13.09.2025)
 - Die neuen Chronographen (27.09.2025)
 - Deutsche Uhrenmarken (06.10.2025)
 - Fliegeruhren (01.11.2025)
 - Ein Fest der Eleganz (22.11.2025)
 - Ladies' Time Damenuhren (29.11.2025)
 - Die schönsten Uhren zum Fest (06.12.2025)
- Preis:** 1.250 Euro pro Newsletter (Weitere Themen auf Anfrage)

WatchTime GERMANY

Liebe Leserin, lieber Leser,

der Freitag mit ein und damit bringt es was dabei nach draußen. Uhren Begleiter Uhren, die die perfekte Verbindung von Stil und Funktion haben und für Outdoor-Beobachter konzipiert sind. Für die anspruchsvollen Witzlinge für Abenteuerlust und Glauben in einem, verbunden mit klar. Viel Freude beim Entdecken.

Mit den besten Grüßen
Daniela Pusch
Head of Editorial Germany

Vielfalt der Aktivitäten

Vom Kraft aber Outdoor-Uhr ist es wichtig, die Art ihrer getragenen Uhr ist berücksichtigen. Es verschiedene Zeitmesser mit speziellen Funktionen für diverse Outdoor-Aktivitäten konzipiert sind. Die Begleiter Uhren sind Mechanismus und Durability auszubereiten sind. Wasserfest, robust und zuverlässig. Mit diesen Uhren, die für den Einsatz unter Wasser geeignet sind. Die Fitness-Aktivitäten können Training Funktionen einer Smartwatch nicht sein, die Ihre Strecke messen.

Hamilton Khaki Field

Die Khaki Field Kollektion von Hamilton ist bekannt durch ihre außergewöhnliche Widerstandsfähigkeit und Funktionalität. Die Khaki Field Expedition Series besitzt ebenfalls herausragende Zeitmesser mit Klappen, die Ihnen den Weg zu den abgelegenen Orten der Welt zeigen. Sie sind die besten Begleiter für Outdoor-Entwickler, die einen zuverlässigen Funktionsuhr für unterwegs suchen. Mit über 100 Jahren Erfahrung in der Uhrherstellung. Machen Sie sich bereit für jede Abenteuer und entdecken Sie die besten Outdoor-Uhren und Funktionen.

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

Ruhige Zeitmesser können sich an alle, die sich zuverlässige, langlebige und funktionale Uhr benötigen, die ihre Outdoor-Freizeite verbessern.

- Wandern und Gehen: Funktionen wie Höhenmessung, Barometer, Temperaturmessung und Kompass helfen in unwirtlichen Gelände.
- Fahren und Radfahren: GPS Tracking und Nachverfolgung helfen bei Längen, Routen und Privatvergleichen, Licht und Funktionen zu überwachen.
- Golf und Tennis: Die Distanz von dem Ball, umgeben geringe Platzhöhe und Entfernungen, hier sollte eine Uhr eine gute Stützpunkt sein.
- Wassersport: Uhren mit einer robusten Wasserdichtigkeit sind für Schwimmer, Taucher und andere Wassersport-Enthusiasten ein Muss.

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

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

„Scharf wie kein anderer angestreift“ – 17. Februar 2025, 10:00 Uhr

WatchTime GERMANY

Liebe Leserin, lieber Leser,


Taucheruhren sind nicht nur stilvolle Accessoires, sondern auch hochpräzise Werkzeuge, die speziell für eine präzise Unterwasser-Umgebung entwickelt wurden. Anfangs waren Taucheruhren reine Präzisionswerke, die den Funktionen des Tauchens dienen. Heute gelten sie mehr denn je als Ausdruck eines sportlichen Lebens, egal ob man tatsächlich mit dem Schwamm am Fuß tauchen geht oder nicht. Einprägsam und gut und häufig für das Angestrebte, auf dem Meer.

Mit dem besten Gefühl
Daniela Pasch
Head of Editorial Germany

Was macht eine Taucheruhr aus?

Hier sind einige der wichtigsten Merkmale, die eine hochwertige Taucheruhr auszeichnen:

- **Wasserdichtigkeit:** Taucheruhren sollten mindestens bis zu einer Tiefe von 200 Metern wasserdicht sein, um den Anforderungen des professionellen Tauchens gerecht zu werden.
- **Robuste Konstruktion:** Die meisten Uhren sind aus widerstandsfähigen Materialien wie Edelstahl oder Titan gefertigt, um den hohen Druck und die rauen Bedingungen unter Wasser zu überleben.
- **Deutliche Lesbarkeit:** Eine ständig lesbare Anzeige ist für Taucher, die unter Wasser Zeit unter Wasser genau zu messen und die verbleibende Luftmenge zu überwachen.
- **Leuchtstiche und Leucht:** Für eine gute Ablesbarkeit auch bei dunklen Tiefen sind die Ziffern und Zeiger mit Leuchtstoffen beschichtet.
- **Verlässlichkeit:** Die hochwertigen Taucheruhren in gelben Tönen verbinden ein funktionell sinnvolles Design mit einem überdurchschnittlichen Preis.



Montblanc Icead Sea D Oxygen Deep 4810

Als Gegenstück zum 4810 in hellem Silber glänzt Montblanc mit der Icead Sea D Oxygen Deep 4810 in der Tiefe. Diese neue Taucheruhr ist nicht nur ein Meisterwerk aus Eisen und Stahl, sondern auch ein Meisterwerk der Präzision. Ein überklassischer Zifferblatt-Design mit dem Felber von 1847 unter dem Meeresspiegel. Die Angewandten sind die Techniken der Taucheruhr vom 1900er-Jahrtausend. Montblanc hat die 4810 mit einer Genauigkeit von ca. 100 Tagen. Das Modell ist nicht nur ein Meisterwerk der Uhrmacherkunst, sondern auch ein Meisterwerk der Präzision. Die Icead Sea D Oxygen Deep 4810 ist eine Taucheruhr, die die Tradition der Taucheruhr mit der Präzision der modernen Uhrmacherkunst verbindet.

Montblanc

Pflege und Wartung

Um sicherzustellen, dass Ihre Taucheruhr stets einwandfrei funktioniert, sollten Sie folgende Pflichten beachten:

- **Schaubehälter:** Achten Sie darauf, dass die Krone Ihre Uhr bestmöglich vor Feuchtigkeit und Verunreinigungen geschützt ist. Verwenden Sie die Krone nicht, wenn Sie im Wasser sind.
- **Regelmäßige Reinigung:** Reinigen Sie Ihre Uhr nach jedem Tauchgang mit warmem Wasser, um Salz- und Chloridablagerungen zu entfernen. Denken Sie auch an die Lünette und den Gehäuseboden. Ein weiches Tuch kann verwendet werden, um die Uhr nach dem Tauchgang zu reinigen.
- **Vermeiden Sie Chemikalien:** Setzen Sie Ihre Taucheruhr keinem Kosmetikprodukt, wie zum Beispiel Parfüm oder Sonnencreme, aus. Diese können Kratzer auf der Taucheruhr verursachen oder die mechanischen Teile beschädigen.
- **Eintragungsintervalle:** Lassen Sie die Uhr regelmäßig von einem Uhrmacher überprüfen, um die Genauigkeit zu gewährleisten.
- **Prüfung der Wasserdichtigkeit:** Lassen Sie Ihre Uhr regelmäßig von einem Uhrmacher überprüfen, um die Wasserdichtigkeit zu gewährleisten.

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 über 30.000 Abonnenten.

Preis: 7.000 Euro*

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

„Scharf wie kein anderer angestreift“ – 17. Februar 2025, 10:00 Uhr

WatchTime GERMANY

Liebe Leserin, lieber Leser,


In dieser Ausgabe unseres Newsletters dringt nicht alles an das menschliche Bewusstsein und die Imagination der Leserschaft. Die Welt ist die Grenze der Fotografie. Inzwischen entdecken Sie, wie Leica mit unermesslicher Präzision und Handwerklichkeit Uhren schafft. Effizienz für mehr als die Hälfte der Leica 240 Funktionen, die von der Uhrmacherkunst inspiriert ist, und verbindet Sie die neuesten Mechanismen, die jede Leica Uhr einzigartig macht. Es kann Sie sein, um die neuesten Technologien zu entdecken. Fotografie und Uhrmacherkunst begeistern!

Mit dem besten Gefühl
Daniela Pasch
Head of Editorial Germany

Made by Leica

Leica produziert nicht nur Kameras, Ferngläser und Uhren – Leica schafft brillante Visionen und wird durch Sie stark. Die Uhren sind nicht nur Meisterwerke der Uhrmacherkunst und intelligenter Helfer. Das Ergebnis sind einzigartige Meisterwerke und Meisterwerke, die die Grenzen des Möglichen immer wieder neu definieren.

Montblanc



Mechanische Präzision

In der Welt der Fotografie spielt Zeit eine entscheidende Rolle. Während die Uhr die Zeit misst, sind die Kamera die Augen für die Augen. Die Leica 240 ist die Geschichte der Leica Kamera im Jahr 20. Jahrhundert zurück und wieder das Gefühl der Uhrmacherkunst ist die Entwicklung des Uhrmacherkunst.

Leica und die Uhrmacherkunst

Eine Hommage an den Leica Ursprung

Capax ist ein 100-jähriges Unternehmen, das seit 1901 mit Leica Uhren und Uhren zusammenarbeitet. Diese Meisterwerke sind Meisterwerke der Uhrmacherkunst. Die junge Leica 240 ist ein Meisterwerk.

WEB SPECIAL DIE NEUEN UHREN 2025

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

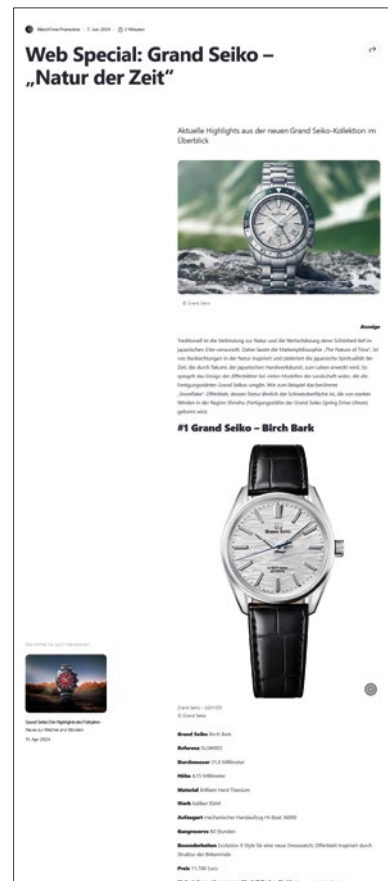
Web Special
Die neuen Uhren 2025
Special zur Kommunikation der neuen Uhrenmodelle

Optimaler Startzeitpunkt: Mai/Juni 2025

Bewerbung: 3 Monate

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

Preis: 2.500 Euro



SPECIAL DEUTSCHE UHRENMARKEN

Die interaktive Karte mit Portrait Ihrer Marke

Neuaufgabe: 17.10.2025

Laufzeit: 1 Jahr

Preis: 1.250 Euro



Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

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.

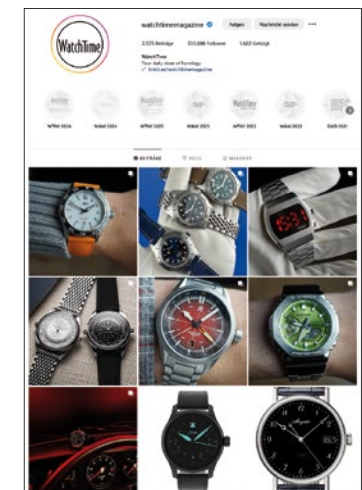
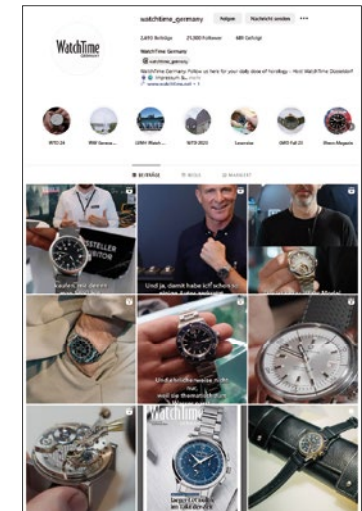
Instagram Kanäle:

@watchtime_germany

@watchtimemagazine

Aktuelle Reichweite:
> 350K Followers weltweit

Status: Oktober 2024



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 4.000 kaufkräftige Uhrenfans der WatchTime Düsseldorf oder während eines individuellen Signature-Event.



BRINGING THE WATCH COMMUNITY TOGETHER

WatchTime Düsseldorf*

24. - 26. Oktober 2025

Rheinterrasse Düsseldorf

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

Signature-Event auf Anfrage



Charlotte Frieß

Director Live Communication

Tel. +49 (0)731 88005-8213

charlotte.friess@ebnermedia.de

*Buchungsphase startet ab Februar 2025.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ONLINE-WERBUNG

WatchTime

Online Mediadaten 2025

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 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 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, Rügeflicht 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 (Rügeflicht).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.