

Online-Werbung

www.kleingaertner.at



Preisliste – gültig ab 01.03.2010



Zentralverband der Kleingärtner und Siedler Österreichs GmbH - DataZ

Redaktionelles Konzept

Das Infoportal des Zentralverbandes für Kleingärtner und Siedler Österreichs ist mit durchschnittlich ca. 14.000 Besuchern pro Monat seit Jahren die zentrale Website für alle aktiven Kleingärtner, sowie für alle an Kleingärten Interessierten. Der Internetauftritt wurde so konzipiert, dass für jene, die allgemeines Interesse an der österreichischen Kleingärtnerbewegung haben einen schnellen Zugang zu aktuellen Informationen ermöglicht wird. Das breite Spektrum unseres Internetauftrittes bietet für alle an Gartenthemen Interessierten, aktuelle und nützliche Informationen.

Die Informationsvielfalt umfasst u.a. einen umfangreichen Servicebereich für aktive Kleingärtner und Interessenten; rechtliche Informationen und behördliche Kontaktmöglichkeiten; die Geschichte des Kleingartenwesens; sowie Informationen über alle österr. Kleingartenanlagen uvm. Das besondere Augenmerk auf Neuigkeiten, Termine, Veranstaltungen, sowie der Inhaltsüberblick unserer monatlich erscheinenden *Fachzeitschrift „Kleingärtner“*, garantiert eine regelmäßige Aktualisierung der Website.



Nutzerprofil

Die Nutzer von www.kleingaertner.at stellen eine attraktive Zielgruppe insbesondere für alle garten-, haus- und freizeitspezifischen Produkte dar. Zu unseren Kernnutzern zählen die ca. 40.000 Mitgliedern und Funktionäre des Zentralverbandes der Kleingärtner und ein weites Spektrum an Interessenten unserer verschiedenen Themenbereiche:

u.a. Kleingärtner und Siedler, Ein- und Mehrfamilienhausbesitzer, Gartenbesitzer, Hobby-, Bio-, Obst- und Gemüsegärtner, Balkon- und Terrassengärtner, Hydrokulturfans, Haus- Neu- und Umbauer, sowie alle an Gartenthemen Interessierten.

Die ständig steigende Besucherzahl unterstreicht den Erfolg unseres Internetauftrittes, und durch Ihre Schaltung eröffnen wir Ihnen den direkten Kontakt zu dieser attraktiven und einmaligen Zielgruppe. Nutzen Sie unsere Reichweite in der *wachstumsstarken Freizeit- und Erholungswirtschaft*, sowie die große Affinität unserer Nutzer für alle Garten- und Hausbauthemen.

durchschnittlich ca.
430 Besucher pro Tag
Tendenz steigend

Buchungsanfragen, Anzeigenverwaltung, Grafik & Layout

Zentralverband der Kleingärtner und Siedler Österreichs GmbH - DataZ
Himbergerstraße 2, 1100 Wien
E-Mail: office@dataz.at
Mobil: 0664 847 0 545 (Mo-Fr, 10-16 Uhr)
Telefon: 01/689 56 94 - Fax: 689 56 94 22

E-Mail: office@dataz.at

Anfrageformular: www.kleingaertner.at/anfrage.htm

Banneranlieferung

Die Werbemittel müssen 5 Werktage vor Beginn der Schaltung in digitaler Form angeliefert werden. E-Mail: office@dataz.at

Bankverbindung

Bank Austria Creditanstalt – BLZ 12000
Kto.Nr.:50598 900 000
IBAN AT24 1200 0505 9890 0000 - BIC BKAUATWW

Medieninhaber und Herausgeber

Zentralverband der Kleingärtner und Siedler Österreichs
Getreidemarkt 11/10, 1060 Wien
Telefon 01/587 07 85 - Fax 01/587 07 85 30
Redaktion: Telefon 01/587 07 85 24
e-mail: zwvien@kleingaertner.at

Zahlungsbedingungen

Rechnungen zahlbar rein netto 30 Tage nach Rechnungsdatum oder innerhalb 8 Tagen ab Rechnungsdatum mit 2% Skonto, sofern keine älteren Rechnungen fällig sind.

Mehrwertsteuer

Auf die Nettopreise wird die gesetzliche Mehrwertsteuer von zur Zeit 20 % aufgeschlagen, die zu den gleichen Terminen fällig wird.

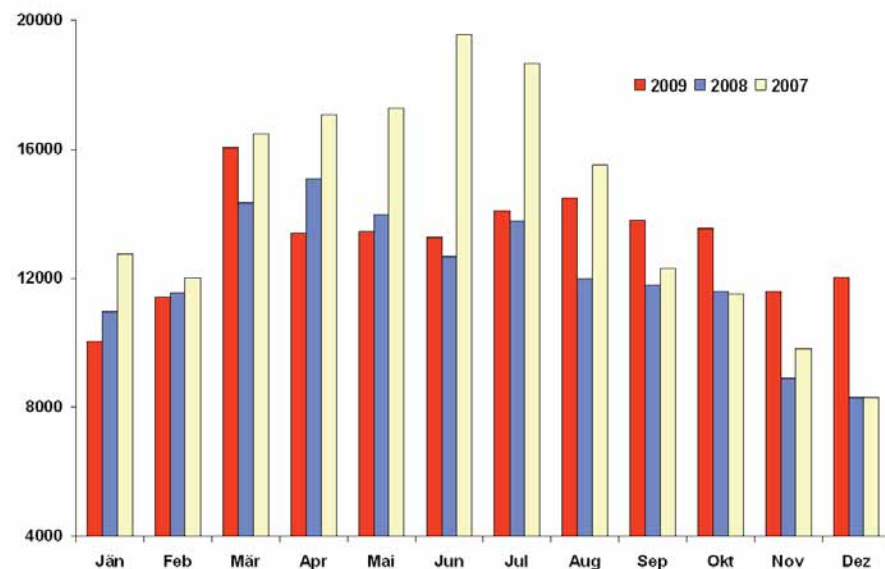
Allgemeine Geschäftsbedingungen

Siehe ab Seite 10



Besucherzahlen (seit 1.1.2007)

Treffer gesamt	21.462.884
Seitenansichten	2.289.076
Besucher	487.108
Eindeutige IP's	126.784
Durchschnittliche Besucher pro Tag	431



Zielgruppe

Kleingärtner und Siedler, sowie alle an Gartenthemen Interessierten Ein- und Mehrfamilienhausbesitzer, Gartenbesitzer, Hobby-, Bio-, Obst- und Gemüsegärtner, Balkon- und Terrassengärtner, Hydrokulturfans, Haus-Neu- und Umbauer.

Die ständig steigende Besucherzahl unterstreicht den Erfolg unseres Internetauftrittes, und durch Ihre Schaltung eröffnen wir Ihnen den direkten Kontakt zu dieser für sie attraktiven und einmaligen Zielgruppe.

Nutzen Sie unsere Reichweite in der *wachstumsstarken Freizeit- und Erholungswirtschaft*, sowie die große Affinität unserer Nutzer für alle Garten- und Hausbauthemen.

Populärste Seiten	Search Engine Sättigung	Top – Suchbegriffe
Startseite		Kleingarten
Neuigkeiten	Google 394 Seiten	Zentralverband
Service-Bereich	MSN 419 Seiten	Kleingartengesetz
Vereine	Altavista 390 Seiten	Schrebergarten
Wir über Uns		Garten

WERBEFORMEN - BUCHUNGSBEDINGUNGEN



Werbeformen

Rund 4 Millionen Österreicher nutzen das Internet. Tendenz steigend! Nutzen Sie unsere breite Palette aufmerksamkeitsstarker Werbeformen auf www.kleingartner.at, als ideale Ergänzung Ihres Marketing-Mix, um Ihre Kommunikationsziele optimal zu erfüllen. Unsere Online-Werbeformen werden kontinuierlich weiterentwickelt, die Gängigsten stellen wir Ihnen in dieser Übersicht vor.

Wir beraten Sie gerne bei der Auswahl und unterstützen Sie bei der Entwicklung eines individuellen Konzeptes. Nutzen Sie den Multiplikations-Effekt und erhöhen Sie Ihre Reichweite durch Kombinationen von Onlinewerbung und Inseraten in der auflagenstärksten österreichischen Gartenzeitschrift, dem „Kleingärtner“.

weitere Informationen
und Bannerbeispiele
finden Sie unter

www.kleingartner.at/onlinewerbung.htm

Buchungsbedingungen

Mindestbelegdauer:	1 Monat; Buchungsbeginn montags
Dateiformate:	GIF, JPG, Flash, Word-Dokument per E-Mail (Die Qualität der Datei muss so hoch sein, dass grafische Elemente, Bilder und der Anzeigentext extrahierbar sind)
Dateigröße:	max. 50 KB, andere Größen nach Absprache
Verlinkung:	Verknüpfung zu Ihrer Startseite oder Detailseite
Animation:	Standard: max. 6 Sekunden; Abweichungen auf Anfrage
Alternativ Text:	max. 30 Anschläge
Bannerwechsel:	ab 3 Monaten Schaltungsdauer - 1 Bannerwechsel pro Schaltmonat kostenfrei
Buchungsschluss und Anlieferung:	Spätestens 5 Werktage vor Buchungsbeginn
Anlieferadresse:	office@dataz.at
Platzierung / Umfeld:	Start-, Info- und Subseiten je nach verfügbarem Platz und Usebillity-Kriterien
Interstitial:	keine (Unterbrecher-Werbung)

WERBEFORMEN - Fullbanner / Skyscraper



Die Werbewirkung dieser beiden Standardformate ist nicht zu unterschätzen, da bei 80% der Surfer nicht der direkte Banner-Klick, sondern die Brand-Awareness durch die Sichtkontakte entscheidend für die Werbewirkung ist.



Fullbanner

Die klassische Form der Onlinewerbung.

Der Fullbanner wird im oberen Bereich des Content oder am Ende der Seite platziert. Sie sind durch ihre hohe Zahl von Sichtkontakten sehr gut für den schnellen Reichweitenaufbau geeignet.

Typ:	IAB standardisiert "Banner"
Größenformat:	468 x 60 pix
Dateigröße:	20 kB
min. Schaltungsdauer:	1 Monat
Preis/Monat:	ab 65 €

Skyscraper

Die Werbung im Hochformat.

Der Skyscraper bietet durch sein auffälliges Format viel Platz für kreative, großflächige Unternehmens- und Produktpräsentation. Die Anordnung zwischen der Scrollleiste und dem redaktionellen Inhalt garantieren eine hohe Aufmerksamkeit.

Typ:	IAB standardisiert "Skyscraper II"
Größenformat:	120 x 468 pix
Dateigröße:	20 kB
min. Schaltungsdauer:	1 Monat
Preis/Monat:	ab 70 €

alle Preise exkl. MwSt.

WERBEFORMEN - xlarge Banner / Skyscraper



Diese beiden Werbeformen gelten als erste Wahl für die Zukunft. Bei allen Website-Relaunches und künftigen Kampagnen sollte auf diese Formen Rücksicht genommen werden.



xlarge Banner

Der große Bruder des Banners.

Der xlarge Banner geht über die gesamte Breite des Content-Bereiches. Durch seine Position und zweieinhalbfache Größe bietet er mehr Platz für Ihre Werbeideen an prominenter Stelle. Ob animiert oder statisch, kann der Banner für eine Vielzahl von Inhalten verwendet werden.

Typ:	IAB standardisiert "xlarge Banner"
Größenformat:	728 x 90 pix
Dateigröße:	20 kB
min. Schaltungsdauer:	1 Monat
Preis/Monat:	ab 85 €

xlarge Skyscraper

Das Highlight der kreativen Werbemöglichkeiten.

Der xlarge Skyscraper bietet durch sein vorteilhaftes Format ausreichend Fläche für den Transport von Imagemotiven und genügend Spielraum für kreative Werbebotschaften.

Typ:	IAB standardisiert "Skyscraper"
Größenformat:	160 x 600 pix
Dateigröße:	20 kB
min. Schaltungsdauer:	1 Monat
Preis/Monat:	ab 95 €

alle Preise exkl. MwSt.

WERBEFORMEN - Content Ad / Rectangle

Beide Rectangle Varianten bieten durch das spezifische, rechteckige Format viel Raum für Kreativität. Sie stehen auch in vertikaler Anordnung zur Verfügung. Andere Formate sind auf Anfrage möglich.



Content Ad

Die exklusive Werbung im Text.

Der Content Ad ist eine großformatige Anzeige, die direkt im redaktionellen Umfeld und somit im unmittelbaren Lesefluss platziert wird. Großflächige Formate erzeugen hohe Aufmerksamkeitswerte.

Typ:	IAB standardisiert "Content Ad"
Größenformat:	300 x 250 pix
Dateigröße:	20 kB
min. Schaltungsdauer:	1 Monat
Preis/Monat:	ab 75 €

Rectangle

Contentnah beeindruckend!

Das Rectangle ist von mehreren Seiten mit Menü- oder Content-Elementen umgeben. Es eignet sich wie der Content Ad besonders als Branding Instrument.

Typ:	IAB standardisiert "Rectangle"
Größenformat:	180 x 150 pix
Dateigröße:	20 kB
min. Schaltungsdauer:	1 Monat
Preis/Monat:	ab 50 €

alle Preise exkl. MwSt.

WERBEFORMEN - Button / Textteaser

Weniger ist oft mehr. Dieses Motto gilt besonders für diese beiden Werbeformen, die sich hervorragend für einen längerfristigen Werbeauftritt eignen. Der Erfolg des Einfachen wird auch Sie überzeugen!



Button

Die „kleine“ Werbung mit großer Wirkung.

Der Button wird unter dem Navigationsbereich oder in der rechten Teaserspalte angezeigt. Durch die häufige Nutzung der Navigation bietet er die ideale Repräsentationsform für Firmenlogos. Diese Werbefläche eignet sich vor allem dann, wenn Sie längerfristig auf einer Website werben möchten

Typ:	IAB "Button I"	IAB "Button II"
Größenformat:	120 x 60 pix	120 x 90 pix
Dateigröße:	8 kB	8 kB
min. Schaltungsdauer:	3 Monat	3 Monat
Preis/Monat:	ab 45 €	ab 50 €

Textteaser

Ihr Text im Text.

Der Textteaser schafft durch die hervorgehobene Fläche und die Contentnähe gute Responsewerte, da die Leser hier regelmäßig neue redaktionelle Verlinkungen erwarten. Integration einer Grafik ist gegen Aufpreis auf Anfrage möglich.

Typ:	Sonderwerbeform
Größenformat:	max. 255 Zeichen (1 Zeile Überschrift, 3 Zeilen Text, 1 Zeile Link)
Dateigröße:	1 Monat
min. Schaltungsdauer:	ab 65 €
Preis/Monat:	ab 65 €

alle Preise exkl. MwSt.

PREISLISTE und SONDERWERBEFORMEN



Bannerpreise

bei einer Schaltungsdauer von 6 Monate, 5% Rabatt
bei einer Schaltungsdauer von 12 Monate, 10% Rabatt

	Format <i>pix</i>	Größe <i>kB</i>	Datei <i>Format</i>	Startseite <i>monatlich</i>	Infoseite* <i>monatlich</i>	Subseite** <i>monatlich</i>
Button I	120x60	8	gif, jpeg	60 €	52 €	45 €
Button II	120x90	8	gif, jpeg	65 €	57 €	50 €
Rectangle	180x150	20	gif, jpeg, flash	75 €	67 €	60 €
Fullbanner	468x60	20	gif, jpeg, flash	80 €	72 €	65 €
Skyscraper	120x468	20	gif, jpeg, flash	85 €	77 €	70 €
xl Banner	728x90	20	gif, jpeg, flash	100 €	92 €	85 €
xl Skyscraper	160x600	20	gif, jpeg, flash	110 €	102 €	95 €
Content Ad	300x250	20	gif, jpeg, flash	90 €	82 €	75 €
Textwerbung	255 Zeichen	-	-	-	72 €	65 €

* häufig besuchte Seiten (z.B.: "Neuigkeiten") // ** Unterseiten in tieferen Ebenen

min. Schaltung 1 Monat

Sonderwerbeformen

Content Seite

Wir erstellen für Ihr Unternehmen eine eigene Seite im Rahmen unseres Contents. Durch einen eigenen Menüpunkt und/oder Verlinkung im themenspezifischen Bereich kann Ihre Werbebotschaft direkt erreicht werden.

Beschreiben Sie Ihr Unternehmen, Ihre Leistungen oder Angebote mit bis zu einer A4 Seite Text, bis zu 4 Bildern und natürlich Ihren Kontaktinformationen inkl. Verlinkung zu Ihrer Homepage.

Größenformat:	Text (ca. eine A4 Seite); max. 4 Bilder
min. Schaltungsdauer:	1 Monat
Preis/Monat:	220 €

Bannererstellung

Auf Anfrage erstellen wir Ihnen gerne einen individuellen Werbebanner, nach Ihren Vorlagen.

Die ersten beiden Entwürfe sind im Preis inkludiert.

	<i>standard</i>	<i>animiert</i>	<i>flash</i>
Button I	65 €	90 €	100 €
Button II	65 €	90 €	100 €
Rectangle	85 €	110 €	120 €
Fullbanner	85 €	110 €	120 €
Skyscraper	95 €	120 €	130 €
xl Banner	100 €	125 €	135 €
xl Skyscraper	100 €	125 €	135 €
Content Ad	85 €	110 €	120 €

zusätzliche Sonderleistungen: Grafik 30 €/h; Webdesign 45 €/h

Kombination Print-Online Werbung

Für die Werbung in Österreichs auflagenstärkster Gartenzeitschrift - „Kleingärtner“ - wenden Sie sich direkt an unsere Anzeigenverwaltung:

MediaZ
Himbergerstraße 2, 1100 Wien
Telefon 01/689 56 94 - Fax 689 56 94 22
e-mail: mediaz@mediaz.at

Bei Kombination beider Werbeformen bieten wir Ihnen besonders attraktive Konditionen.

alle Preise exkl. MwSt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Werbegeschäft in Online-Medien

1. Werbeauftrag

- (1) "Werbefauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.
- (2) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.
- (3) Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.
- (4) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten auch für alle zukünftigen Werbeaufträge des Auftraggebers, auch wenn auf diese nicht nochmals ausdrücklich Bezug genommen wurde.

2. Werbemittel

- (1) Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
 - aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner),
 - aus einer sensitiven Fläche, die beim Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).
- (2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.
- (3) Der Auftraggeber hat sicherzustellen, dass nicht über die Werbemittel auf irgendwelche Daten oder andere Websites zugegriffen werden kann, die gegen die Gesetze oder Rechte Dritter verstoßen und insbesondere keine sittlich anstößigen (insbesondere rassistischen, pornografischen, gewaltverherrlichenden, beleidigenden, obszönen) Inhalte aufweisen.

3. Vertragsschluss

- (1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Mündliche oder fermündliche Bestätigungen können nicht als Wille zum Abschluss einer Individualvereinbarung gedeutet werden.
- (2) Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeagenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen.
- (3) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung

4. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

5. Auftragserweiterung

Der Anbieter erbringt ausschließlich die im Vertrag aufgeführten Leistungen. Erweiterungen bedürfen der schriftlichen Bestätigung. Der Auftraggeber ist jedoch berechtigt, innerhalb des vereinbarten Zeitraumes unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Werbeauftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

6. Platzierung

- (1) Werbemittel werden auf den einvernehmlich oder nach billigem Ermessen festgelegten Werbepätzen und grundsätzlich zu den vertraglich bestimmten Schaltzeiträumen platziert. Soweit es dem Anbieter angesichts der Gestaltung des Werbemittels oder des Werbefeldes erforderlich erscheint, darf er jedem Werbemittel eine deutliche Kennzeichnung als Werbung hinzufügen, ohne dass dies einer Genehmigung des Auftraggebers bedarf. Grundsätzlich ist jedoch der Auftraggeber zu einer solchen Kennzeichnung bereits bei der Erstellung der Werbung verpflichtet, soweit dies gesetzlich erforderlich und ihm erkennbar ist.
- (2) Der Anbieter ist bei der inhaltlichen Gestaltung des Umfeldes des Werbemittels grundsätzlich frei, soweit nicht vertraglich etwas anderes schriftlich vereinbart wurde.

7. Nachlasserstattung

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.

8. Datenanlieferung

- (1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Anbieters entsprechende Werbemittel rechtzeitig und vollständig vor Schaltungsbeginn anzuliefern sowie sicherzustellen, dass durch die Werbemittel keine Gefahren ausgehen, etwa durch Viren oder sonstige technische Probleme. Sollten dem Anbieter aus der Verwendung der vom Auftraggeber überlassenen Werbemittel Schäden entstehen, hat der Auftraggeber für diese einzutreten. Bei verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung kann keine Gewähr für die ordnungsgemäße Werbeschaltung übernommen werden.
- (2) Die Vorlagen müssen, falls sie nicht vom Anbieter erstellt werden, per E-Mail als Bilddateien, die die vorgegebenen Pixel-Formate aufweisen, geliefert werden. Der Auftraggeber wird baldmöglichst und unter Angabe von Gründen benachrichtigt, wenn entdeckt wird, dass Werbemitteldaten und -materialien unbrauchbar sind oder sonst nicht den vertraglichen Vorgaben entsprechen. Der Auftraggeber trägt das Risiko bei der Übermittlung von Werbemitteldaten und -materialien. Die Werbemitteldaten und -materialien und sonstige Informationen sind ausschließlich an folgende Adresse zu richten:
 - Zentralverband der Kleingärtner und Siedler Österreichs GmbH - DataZ
 - Himbergerstraße 2, 1100 Wien
 - E-Mail: office@dataz.at
- (3) Die Pflicht des Anbieters zur Aufbewahrung des Werbemittels endet 3 Monat nach seiner letztmaligen Verbreitung.
- (4) Kosten des Anbieters für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.
- (5) Wurde eine Kampagne eingebucht, die Werbemittel vom Kunden trotz Zeitplan nicht angeliefert, die Rechnung zum vereinbarten Kampagnenstart gestellt, so ist die Kampagne in voller Höhe zu begleichen.
- (6) Wird der laufende Entwicklungsprozess durch Nichtliefern benötigter Informationen oder erforderlichen Materials, durch Nichterreichbarkeit für Rückfragen oder auf andere Weise durch den Auftraggeber um mehr als 4 Wochen hinausgezögert, wird eine Abschlagszahlung von weiteren 25% der vereinbarten Vertragssumme berechnet.

9. Zahlungsbedingungen

- (1) Der Auftraggeber ist, sofern nichts anderes vereinbart wurde, grundsätzlich vorleistungspflichtig, wonach er den ihm in Rechnung gestellten Preis vor Veröffentlichung des Werbemittels an den Anbieter zu entrichten hat. Unsere Rechnungen sind zahlbar rein netto 30 Tage nach Rechnungsdatum oder innerhalb 8 Tagen ab Rechnungsdatum mit 2% Skonto, sofern keine älteren Rechnungen fällig sind. Rechnungen die auf Nettopreisvereinbarungen beruhen, sind sofort rein netto zur Zahlung fällig. Zahlungen werden stets auf die älteste Rechnung verrechnet.
- (2) Soweit der Auftraggeber Zahlungen trotz Fälligkeit ganz oder teilweise nicht bewirkt, kommt er durch Mahnung oder 30 Tage nach Fälligkeit und Zugang der Rechnung in Verzug. Bei Zahlungsverzug werden Zinsen in der gesetzlich bestimmten Höhe berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Zahlung zurückstellen, ohne dass daraus ein Ersatzanspruch des Auftraggebers entsteht, und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.
- (3) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von einer Vorauszahlung des jeweiligen Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- (4) Dem Auftraggeber ist es nur gestattet, mit rechtskräftig festgestellten oder unbestrittenen Forderungen aufzurechnen.

10. Ablehnungsbefugnis

- (1) Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen abzulehnen bzw. zu sperren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Anbieter unzumutbar ist.
- (2) Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch ein Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes (1) erfüllt werden.

11. Rechtsgewährleistung

- (1) Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- (2) Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

12. Gewährleistung des Anbieters

- (1) Der Anbieter gewährleistet im Rahmen des üblichen technischen Standards die bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unerhebliche Fehler bei der Wiedergabe des Werbemittels.
- Ferner gilt die Gewährleistung nicht bei Fehlern, die durch
- technische Störungen, insbesondere einem Leitungs- und/oder Rechnerausfall aufgrund Systemversagens
 - durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder
 - durch eine Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
 - durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) hervorgerufen wurden und der Anbieter dies nicht zu vertreten hat.
- Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.
- (2) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche, soweit die ungenügende Veröffentlichung hierauf beruht. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist. Der Auftraggeber hat das in Auftrag gegebene Werbemittel unverzüglich nach seiner ersten Schaltung zu prüfen und einen eventuellen Mangel, der sich zeigt, unverzüglich, spätestens jedoch zwei Wochen nach der Schaltung schriftlich gegenüber dem Anbieter anzuzeigen. Sofern keine Mangelanzeige des Auftraggebers innerhalb dieses Zeitraumes beim Anbieter erfolgt, gilt die Ausführung des Auftrages als genehmigt. Im Fall einer vom Anbieter zu vertretenden mangelhaften Ausführung des Auftrages, über die der Auftraggeber, wie oben niedergelegt, beim Anbieter rechtzeitig Anzeige gemacht hat, ist die Haftung auf Nachbesserung bzw. Ersatzveröffentlichung beschränkt. Sollte die Nachbesserung fehlschlagen, hat der Auftraggeber die Wahl, Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrages (Wandlung) insoweit zu verlangen.
- (3) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt der Anbieter eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

13. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hierüber informiert. Im Falle, dass die Durchführung des Auftrages nicht innerhalb angemessener und zumutbarer Zeit nachgeholt werden kann, hat der Auftraggeber Anspruch auf Rückzahlung der von ihm insoweit entrichteten Vergütung. Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

14. Haftung

- (1) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; in diesem Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.
- (2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.
- (3) Verstoßen Inhalte der gelinkten Seiten des Kunden gegen Gesetze, Rechte Dritter oder die Sittlichkeit, so haftet der Kunde für alle direkten und indirekten Schäden, auch Vermögensschäden. Der Herausgeber ist berechtigt, Inhalte

zu verweigern, die Rechte Dritter verletzen. Stellt sich ein solcher Rechtsverstoß erst nach Vertragsabschluss heraus, ergibt sich für Anbieter das Recht der sofortigen Kündigung aus einem wichtigen Grund.

(4) Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr dafür, dass die gelinkten Homepages des Kunden mit allen sich darin befindlichen Texten, Bildern und Logos frei von Rechten Dritter sind. Um urheberrechtlichen oder markenrechtlichen Schutz oder die Sicherstellung anderer gewerblicher Schutzrechte an den eigenen Inhalten hat sich der Kunde selbst zu kümmern. Dies gilt auch vom Auftraggeber für Onlinekampagnen zur Verfügung gestellte Werbemittel. Sollte dennoch ein Rechtsstreit zustande kommen, hält sich der Herausgeber am Auftraggeber schad- und klaglos.

(5) Für Störungen im Internet können wir keinerlei Haftung übernehmen sowie keinen Schadenersatz leisten. Dies betrifft auch Störungen, Wartungen, Software-Updates etc. die uns direkt oder indirekt betreffen.

15. Preisliste

(1) Es gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Nicht-Unternehmern, wenn der von der Änderung betroffene Auftrag nicht Teil einer Rahmenvereinbarung ist und nicht später als vier Monate nach Vertragsschluss ausgeführt werden soll.

Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

(2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten. Die vom Anbieter gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber der Werbeagenturen und sonstige Werbemittler weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

(3) Zusatzleistungen, Dienstleistungen und Entwürfe die über den Leistungsumfang des Angebots hinausgehen, werden dem Auftraggeber, wenn nicht anders vereinbart, mit 75,00 € pro Stunde zzgl. MwSt. berechnet.

16. Rabatte

Rabatte werden auf die Gesamtrechnungssumme für ausgestrahlte Werbung innerhalb eines Kalenderjahres gewährt. Rabattangaben im Rahmen der Auftragsabwicklung auf maschinell erstellten Belegen sind daher nur als vorläufig zu betrachten.

17. Zahlungsverzug

(1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.

(2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

18. Stornierung von Aufträgen

(1) Grundsätzlich ist eine Stornierung von Aufträgen möglich. Die Stornierung muss schriftlich eingehen. Bei einer Stornierung bis mindestens 8 Werktagen vor Schaltungsbeginn entstehen dem Auftraggeber keine Kosten.

Eingehende Stornierungen innerhalb 8 Werktagen vor Schaltungsbeginn oder während der Banner- bzw. Werbeschaltung werden pauschal mit einer Bearbeitungsgebühr von 35% des Bruttobuchungsvolumens des jeweiligen Auftrages berechnet. Zusätzlich ist der Auftraggeber verpflichtet, die bis zur Stornierung erbrachten Leistungen zu vergüten. Diese Fristen sind separat auf jede gebuchte KW anzuwenden.

(2) Eine zeitliche Umbuchung stellt ein Storno dar.

(3) Wurde eine Kampagne eingebucht, die Werbemittel vom Kunden trotz Zeitplan nicht angeliefert, die Rechnung zum vereinbarten Kampagnenstart gestellt, so ist die Kampagne in voller Höhe zu begleichen

19. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

20. Erfüllungsort / Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.

Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt österreichisches Recht. Ist der Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt und hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

21. Sonstige Regelungen

(1) Ergänzungen und/oder Abänderungen des Werbeauftrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen der Schriftform. Dies gilt gleichermaßen für den Verzicht auf das Schriftformerfordernis.

(2) Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Werbeauftrages oder dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so soll dies die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berühren. Die unwirksame Bestimmung, bzw. unwirksamen Bestimmungen sollen vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine oder mehrere rechtswirksame Regelung oder Regelungen ersetzt werden, die dem von den Vertragsparteien mit der oder den unwirksamen Bestimmung/en erkennbar verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommen. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.

