

Inhaltsverzeichnis

03	Zielgruppe	09	Webseite	17	Newsletter-Formate	26	Übersicht: Formate & Preise
04	Studien	10	Webseiten-Formate	18	Standalone-Newsletter	35	Rabatte
05	Unsere Leser	13	Mobile-Formate	19	Social Media	36	Verlagsangaben
07	Lesergeräte & -kanäle	14	Content Marketing	23	Podcast	37	Ansprechpartner
08	Studien Fachmedium	16	Newsletter	25	Lösungsmatrix	38	AGB
						i	Zurück zum Inhalt

Für wen ist Pfefferminzia?



- Versicherungsmakler
- Versicherungsberater
- Versicherungsvertreter
- Finanzanlagenvermittler
- Vertriebsmitarbeiter in Versicherungsunternehmen
- Honorar-Finanzanlagenberater
- Maklerpools
- Immobilienmakler
- Versicherungs- und Maklerverbände



Pfefferminzia – in Maklerumfragen auf Platz 1

Es ist das bekannteste Synonym der Versicherungsbranche – seit 2013 gibt es sie wirklich: Pfefferminzia.de ist das Info- und Erlebnisportal für den Versicherungsmakler und -vertrieb in Deutschland. Pfefferminzia.de kombiniert hochwertigen redaktionellen Content mit zielgenauer, garantierter Reichweite im Internet. Nutzen Sie die hohe Glaubwürdigkeit eines Online-Magazins und das Targeting moderner Social Media-Kommunikation für messbare Erfolge ohne Streuverluste. Bereits nach nur einem Jahr am Markt erzielte Pfefferminzia.de mit seinem Newsletter und der Onlineplattform Spitzenwerte in der Maklerreichweite und der Zufriedenheit.

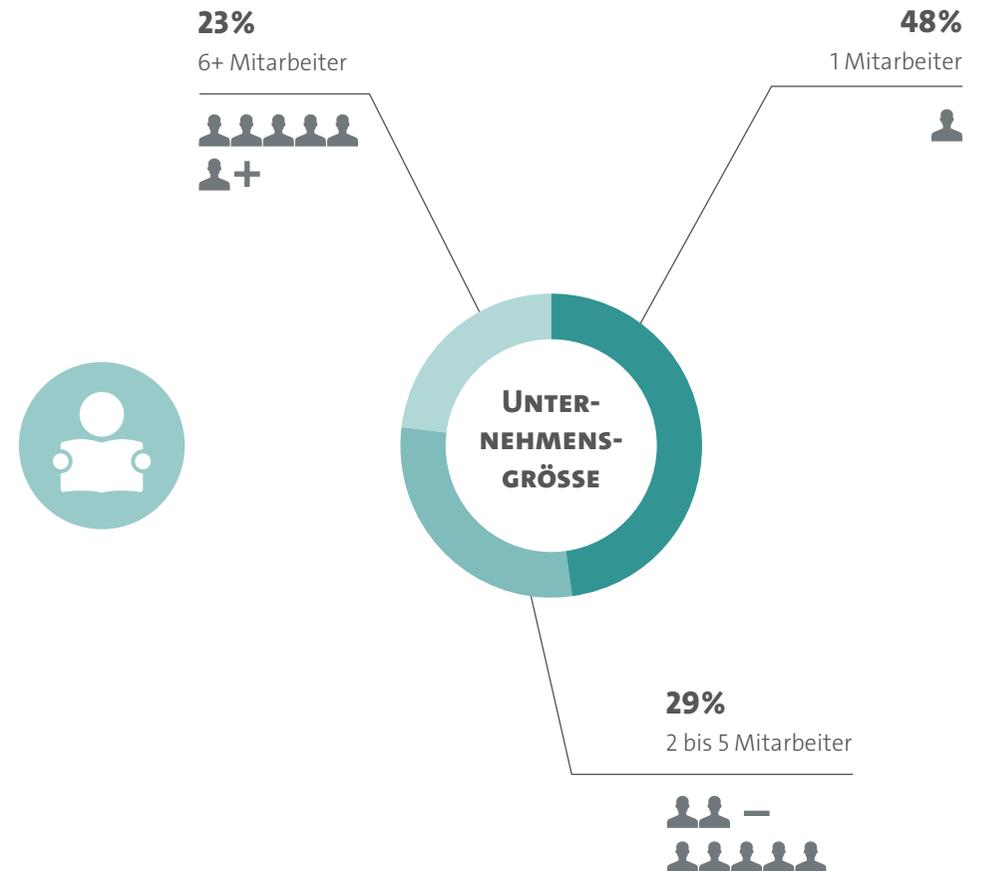


Die aktuelle **MRTK-Studie 08/2022** ermittelte, dass **45 Prozent** der befragten Makler den **Online- Newsletter** von Pfefferminzia.de **lesen**. Das ist **Platz 1** bei den fünfmal pro Woche erscheinenden Newslettern. Außerdem weist die Studie für den Pfefferminzia Online-Newsletter die zweithöchste Kontaktwahrscheinlichkeit unter den Maklern aus. Die **Vermittler Media Analyse 2022/23** von disphere interactive GmbH, München, kommt hier ebenfalls zu ähnlichen Ergebnissen für Pfefferminzia (**Reichweite Online: 4. Platz** Vermittler gesamt/alle Medien, **Qualität Online: 3. Platz** Vermittler gesamt/Fachverlage).

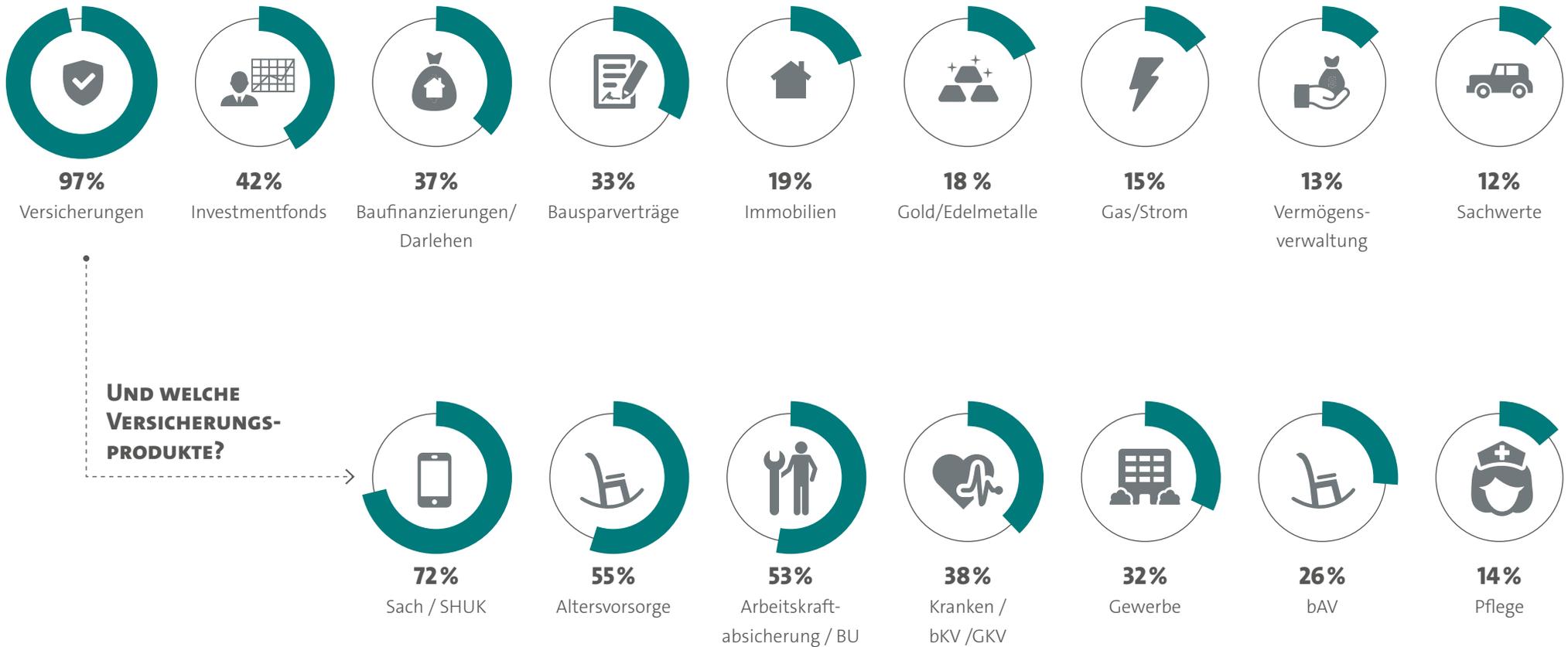
Empfehlung

Kombinieren Sie Ihre Online-Kampagne einfach crossmedial mit unserem zweimonatlich erscheinenden Print-Magazin Pfefferminzia und profitieren Sie von den Synergien. Das Magazin verfügt ebenfalls über eine hohe Reichweite im Maklermarkt (39 Prozent) und wird in Bezug auf die Nützlichkeit im Arbeitsalltag laut MRTK-Studie 08/2022 von den Maklern auf Platz 1 der Magazine eingestuft. Auch die neue Vermittler Media Analyse 2022/23 von disphere interactive GmbH, München, kommt in ihrer Vermittlerbefragung wieder zu ganz ähnlichen Ergebnissen. Sowohl die Reichweitenergebnisse (2. Platz Vermittler gesamt/alle Medien und 1. Platz Fachmedien – EW. unter 12x im Jahr) als auch in der Qualität (2. Platz Vermittler gesamt/Fachverlage und 1. Platz Fachmedien – EW. unter 12x im Jahr) belegt das moderne Magazin von Pfefferminzia Spitzenplätze.

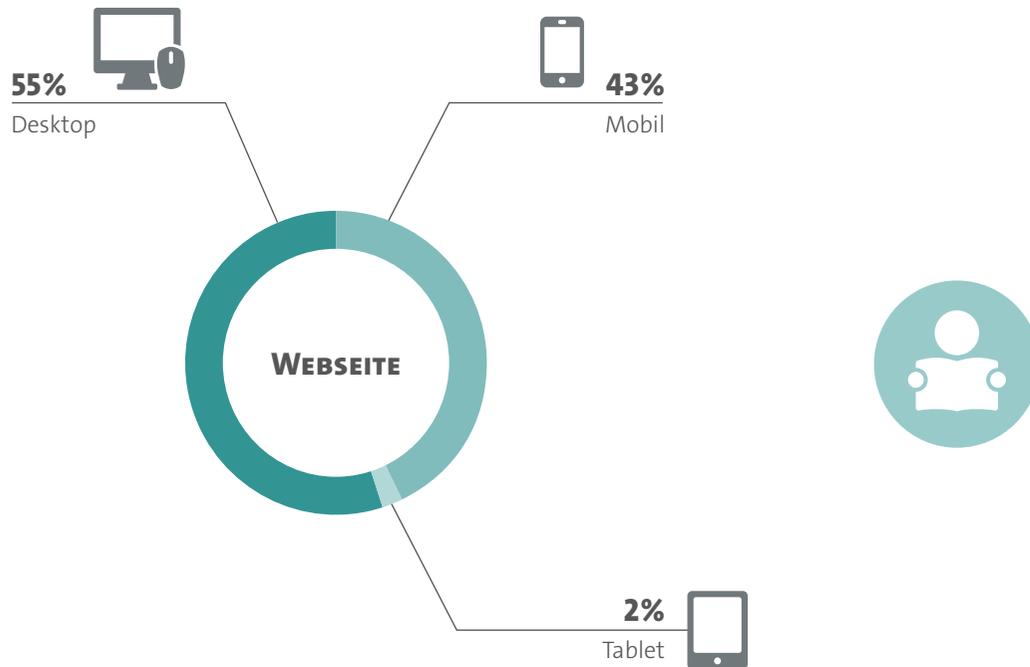
Wer liest Pfefferminzia?



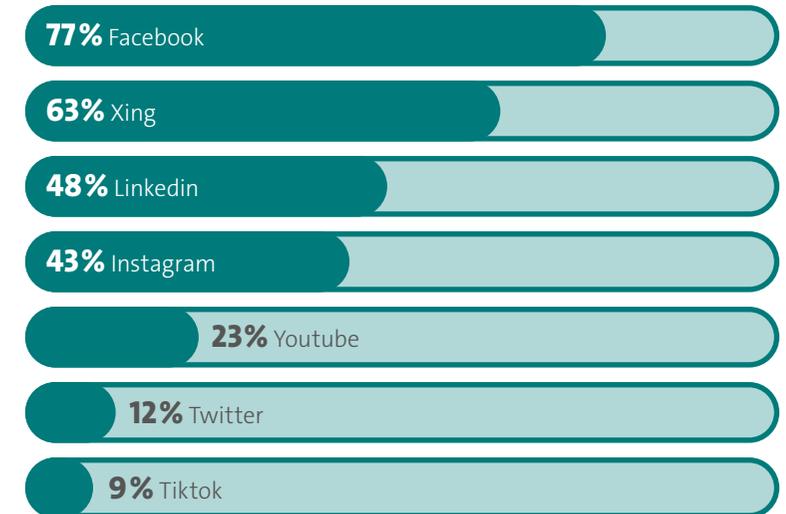
Welche Produkte werden von den Pfefferminzia-Lesern vermittelt?



Mit welchen Endgeräten greifen die Leser auf die Online-Plattform von Pfefferminzia.de zu und welche Social Media Kanäle nutzen Sie?



Welche sozialen Medien nutzen Pfefferminzia-Leser beruflich?



So relevant sind diese Online-Newsletter für die Pfefferminzia-Leser

Die Benotung erfolgte im Schulnotensystem (1 für sehr wichtig bis 6 für unwichtig)
Auswertung: n=237

Pfefferminzia Newsletter	2,0	Finanzwelt Newsletter	3,1
Versicherungsjournal Newsletter	2,0	Focus Money Versicherungsprofi	3,1
AssCompact-Newsletter	2,3	Portfolio Institutionell Newsletter	3,2
dvb-Pressespiegel Versicherungen	2,5	Cash-Onvista Newsletter	3,3
ProContra Newsletter	2,5	Xing Versicherungen	3,3
Versicherungsbote Newsletter	2,5	wmd brokerchannel Newsletter	3,4
Versicherungsmagazin Newsletter	2,6	Monday Morning News (JDC)	3,5
Versicherungswirtschaft Newsletter	2,6	SDV Newsletter	3,5
dvb-Pressespiegel Finanzen	2,7	BCA Newsletter	3,7
Fonds Finanz Newsletter	2,8	Bocquel News	3,7
Fonds professionell Newsletter	2,8	maxpool Newsletter	3,7
DAS INVESTMENT daily	3,0	WIFO Newsletter	3,7
Experten NewsReport	3,0	blaudirekt Newsletter	4,1
Durchschnitt	3,0		

DIE TOP-FACHMEDIEN FÜR VERSICHERUNGSPROFIS PFEFFERMINZIA AUF RANG 2

Zu diesem Ergebnis kommt die 2. unabhängige Studie der Münchener Mediengesellschaft NewFinance, die im Dezember 2020 insgesamt 22 Fachmedien miteinander verglichen haben – sowohl hinsichtlich der Online-Nutzung als auch der Relevanz der jeweiligen Print-Erzeugnisse. Diese Studie soll laut den Herausgebern vor allem als Planungs- und Handlungsgrundlage für die B2B-Kommunikation von Gesellschaften, Pools, Vertrieben, Medien und Branchendienstleistern dienlich sein.

Die maximal erreichbare Gesamtpunktzahl betrug 1.782 Punkte. Folgende der 22 bewerteten Fachmedien erreichten die Top-Platzierungen:

Rang	Titel	Punktzahl	Punktzahl
1	AssCompact		1.411
2	Pfefferminzia		1.398
3	VersicherungsJournal		1.374
4	Versicherungsbote		1.341
5	proContra		1.219

Durchschnittswert aus allen 22 Medien ist **715**

Quelle: NewFinance, Erhebungszeitraum November und Dezember 2020

Die angesagte Webseite für Makler und Versicherungsvermittler

www.pfefferminzia.de ist die laufend aktuelle Informationsquelle speziell für den Versicherungsvertrieb. Die Redaktion verfasst täglich speziell für die Zielgruppe relevante News, Analysen, Interviews und Hintergrundberichte.



SEITENAUFRUFE PRO MONAT

im Durchschnitt Jan. bis Sept. 2022



128.301

BESUCHE PRO MONAT

im Durchschnitt Jan. bis Sept. 2022



82.263

EINDEUTIGE BESUCHER PRO MONAT

im Durchschnitt Jan. bis Sept. 2022



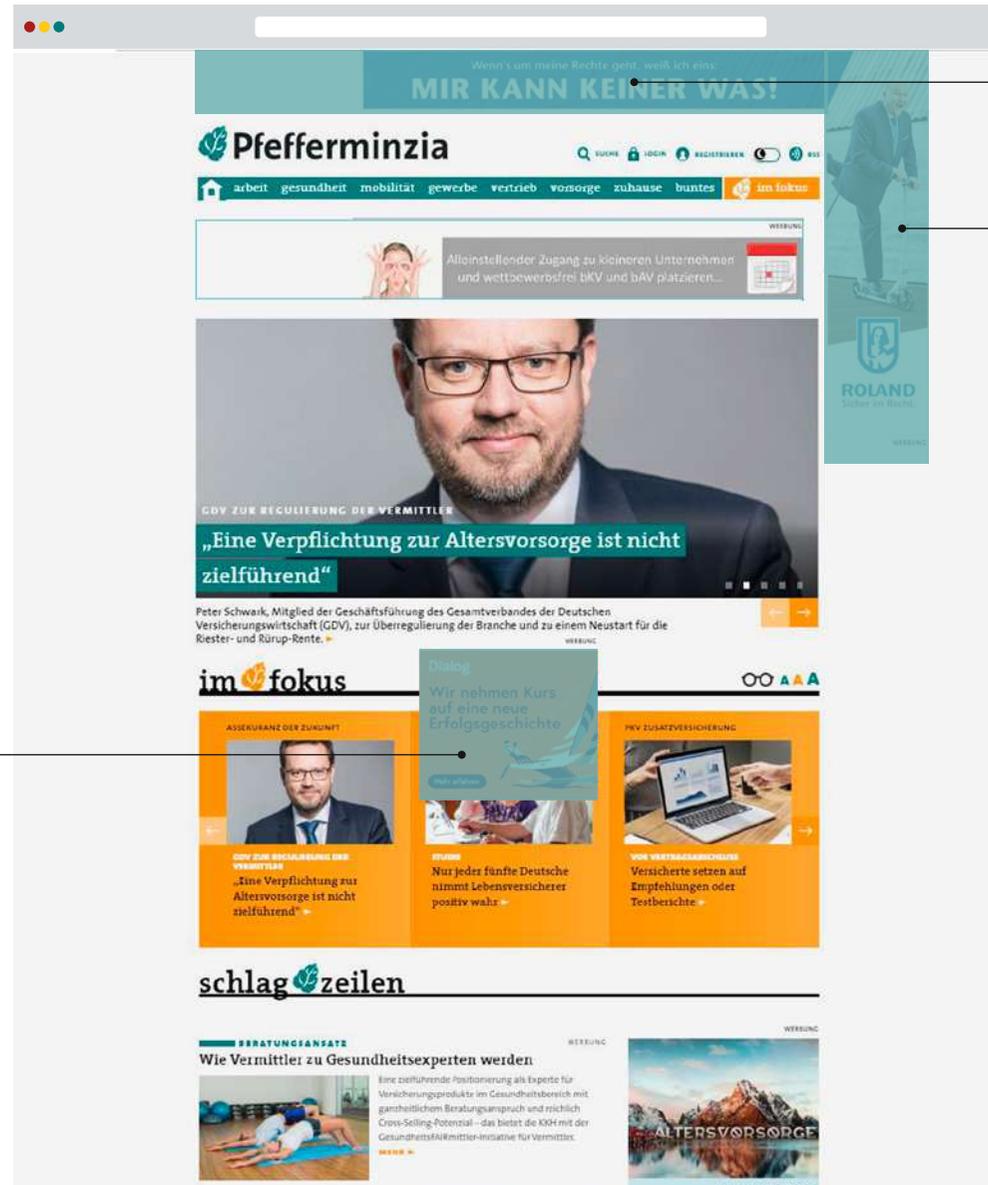
57.509

 10.000

 10.000

Standardformate grafisch dargestellt

mit Preisangaben



Superbanner

max. 100 kB
55 € TKP in Rotation

Skyscraper

max. 100 kB
65 € TKP in Rotation
ODER

Sticky Skyscraper

max. 100 kB
75 € TKP in Rotation

Wallpaper

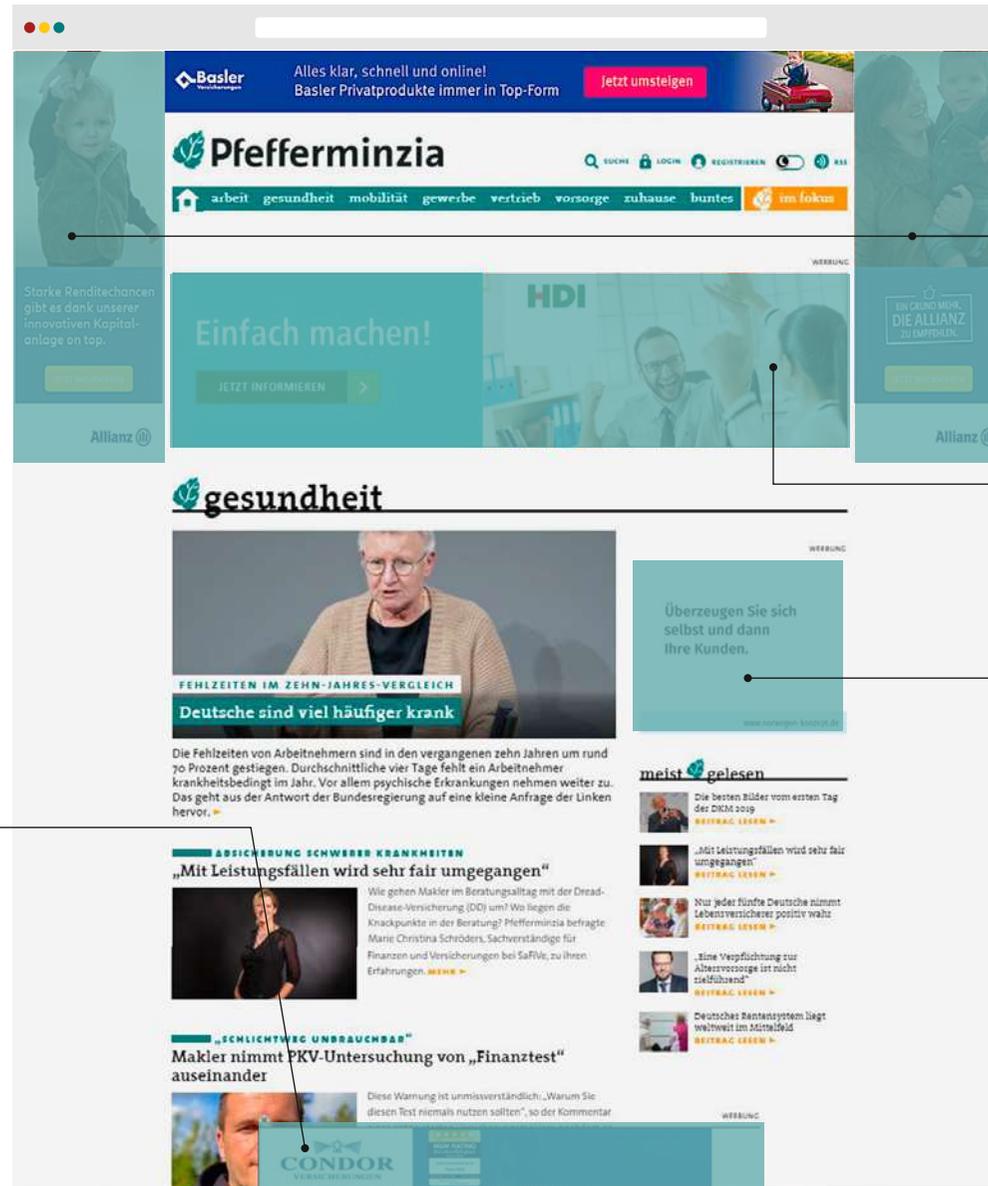
max. 200 kB
Superbanner + Skyscraper
90 € TKP in Rotation
ODER
Superbanner + Sticky Skyscraper
100 € TKP in Rotation

Square Popup

(sichtbarer Bereich)
max. 100 kB
130 € TKP in Rotation

Standardformate grafisch dargestellt

mit Preisangaben



Double Sitebar

max. 200 kB
100 € TKP in Rotation

Billboard

max. 200 kB
90 € TKP in Rotation

Medium Rectangle oben

(sichtbarer Bereich)
max. 100 kB
75 € TKP in Rotation

Sticky Footer

max. 200 kB

90 € TKP in Rotation

ODER

Sticky Footer Large

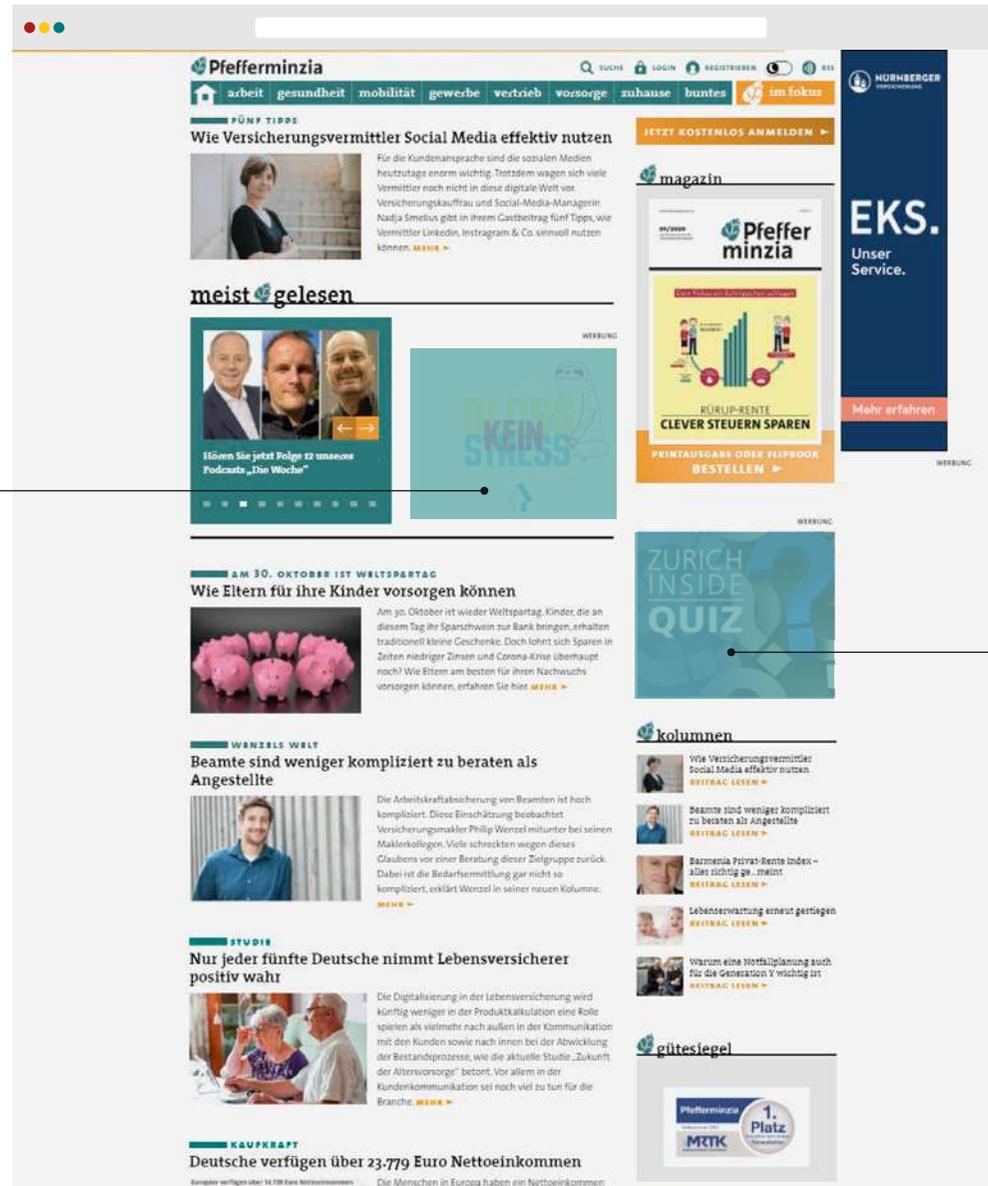
max. 200 kB

110 € TKP in Rotation

Standardformate grafisch dargestellt

mit Preisangaben

Medium Rectangle
meist gelesen
 max. 100 kB
 80 € TKP in Rotation



Medium Rectangle
mittig
 max. 100 kB
 55 € TKP in Rotation

Standardformate

im Dateiformat jpg, gif oder html5



Content Ad 6:1

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

55 € TKP in Rotation



Content Ad 4:1

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

55 € TKP in Rotation



Content Ad 2:1

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

55 € TKP in Rotation



Medium Rectangle

max. 100 kB

60 € TKP in Rotation

Premiumformate

im Dateiformat jpg, gif oder html5



Baseboard ad

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

90 € TKP in Rotation



Medium Rectangle (Spot)

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

90 € TKP in Rotation



Native Teaser

max. 100 kB

Retina max. 200 kB

90 € TKP in Rotation

Überschrift::

max. 30 Zeichen (3-Zeilig mit Leerzeichen)

Modultext:

max. 300 Zeichen (9-Zeilig mit Leerzeichen)



Themen- oder Corporateseite

Wir platzieren Ihre Inhalte, Tarife, Videos und Angebote exklusiv im passenden Themenumfeld. So positionieren Sie sich auf Pfefferminzia.de als Spezialist und Meinungsführer in einem Ihrer Kerngeschäfte und profitieren von hohen Zugriffszahlen. Dialogtools schaffen eine Schnittstelle zum Vertrieb und Umsatz.

Preis pro Monat **ab 5.950 €** + zzgl. Erstellungskosten¹⁾ **3.950 €**

CASESTUDY

Thema: **Assekuranz der Zukunft**

Kunde: **Standard Life**

Detaillierte monatliche Reportings erleichtern Ihnen die Vertriebssteuerung.

1) einmalig



Advertorials

Ein Advertorial auf Pfefferminzia ist ein redaktioneller Beitrag zu einem aktuellen Thema (Testbericht, Unternehmensporträt) im Umfang von 3.500 bis 4.000 Zeichen, der über die Webseite und den Newsletter veröffentlicht wird. Auf diese Weise erreichen Sie eine hohe Reichweite und Durchdringung. Advertorials eignen sich besonders, um zum Beispiel Produktneuheiten, Nachrichten aus dem Unternehmen, Personal-News oder andere Informationen mit Nachrichten-Charakter und Hintergrundinformationen zu positionieren

Preis		zzgl. Erstellungskosten ¹⁾
1.800 €	+	490 €

1) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

Der Newsletter im Überblick

Der Newsletter von Pfefferminzia.de wird im Direktversand verbreitet und erreicht seine Zielgruppe nahezu ohne Streuverlust. Die positive Rückmeldung aus der Maklerschaft (disphere) macht ihn zu einem äußerst vertrauenswürdigen Werbeträger für den Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten.

THEMEN

- Arbeit
- Gesundheit
- Mobilität
- Vorsorge
- Gewerbe
- Zuhause
- Vertrieb
- Personalien
- Fortbildung
- Steuer und Recht



Pfefferminzia
NEWSLETTER



Bild: Pixabay

KUNDENUMFRAGE
Diese Versicherer überzeugen im Schadenfall

Versicherungen gibt es für alle Lebenslagen – aber wie zuverlässig handeln die Anbieter, wenn es darauf ankommt – im Schaden- und Leistungsfall? Das wollte die Rating-Agentur Service Value kürzlich von Versicherungskunden wissen. Insgesamt bewerteten sie 616 Schadenregulierer in 19 Kategorien. Hier kommen die Ergebnisse.

WEITERLESEN ▶

URTEIL ZUM DATENSCHUTZRECHT
Gesundheitsdaten weitergegeben – Versicherer muss Schmerzensgeld zahlen



Versicherer erheben und verwerten mitunter höchst sensible Daten – etwa über den Gesundheitszustand ihrer Kunden. Ein Versicherungsnehmer verlangte in einem konkreten Fall Schmerzensgeld von seinem Unfallversicherer, weil dieser seine

FREQUENZ

täglich von  bis 

ABONNENTEN



12.500

BRUTTOÖFFNUNGSRATE



LESERSTRUKTUR



 1.000

Display-Formate grafisch dargestellt

mit Preisangaben

Neue E-Mail

An: Max Mustermann

Betreff: Pfefferminzia Newsletter

**„VERMEIDUNG VON FEHLANREIZEN“
Provisionen für Leben-Verträge
im Visier – Verbraucherschützer
begrüßen Bafin-Vorstoß**

Die Finanzaufsicht Bafin hat angekündigt, in diesem Jahr die Provisionen für Lebensversicherungen genauer überprüfen zu wollen. „Eine große Rolle spielen nach wie vor die Vertriebskosten“, erklärte Frank Grund, oberster Versicherungsaufscher bei der Bafin, in einem Interview. Für sein Vorhaben erhält Grund nun Zuspruch vom Bund der Versicherten (BdV).

[WEITERLESEN ▶](#)

Haftpflicht 2022
26./27. Januar 2022 | Frankfurt + Live-Stream
euroforum

RANKING
Diese Lebensversicherer überzeugen mit ihrer Kundenorientierung

Wie zufrieden sind Kundinnen und Kunden mit ihren Lebensversicherern?

Fullsize-Banner Top
max. 50 kB (nicht animiert)
900 € pro Versand

Neue E-Mail

An: Max Mustermann

Betreff: Pfefferminzia Newsletter

europäischen Versicherungsaufsicht Elopa zeigt. Der Vermittlerverband AFW betont unterdessen, dass sich der deutsche Sonderweg zur Kontrolle der hiesigen Vermittler bewährt habe.

[Weiterlesen ▶](#)

**Für die, bei der neuen VHV Wohngebäude haben die
Wirklich alles auf den Kopf gestellt.**

**IM JAHR 2021
Naturkatastrophen kosten Versicherer weltweit 120
Milliarden Dollar**

Stürme, Hochwasser, Waldbrände, Erdbeben – weltweit haben Naturkatastrophen im vergangenen Jahr deutlich höhere Schäden verursacht als in den beiden Jahren zuvor. Vorläufigen Daten des Rückversicherers Munich Re zufolge mussten die Versicherer für Schäden im Wert von 120 Milliarden US-Dollar aufkommen.

[Weiterlesen ▶](#)

UMFRAGE
Viele Kunden würden zu einem nachhaltigen Versicherer wechseln

Fast jeder zweite Deutsche achtet bei

Bild-/Textanzeige
max. 50 kB
Bild: B 264 px × H 180 px
Text: 290 bis 520 Zeichen
(inklusive Leerzeichen,
Überschrift und
optionaler Dachzeile)
700 € pro Versand

Medium Rectangle
max. 50 kB (nicht animiert)
650 € pro Versand

Der Standalone-Newsletter im Überblick

Eines der effektivsten Werbemittel im Onlinemarketing: Wir versenden Ihre Werbebotschaft direkt an einen Teil der Newsletter-Abonnenten – überwiegend Versicherungsmakler und -vermittler. Der exklusive Rahmen und das passende Zielgruppenumfeld garantieren maximale Aufmerksamkeit für Ihr Produkt/ Ihre Roadshow. Die Leser werden auf Ihre Landingpage geroutet und können sich dort über Ihr Angebot informieren und ihre Daten hinterlassen.

VERSAND AN

7.900 Abonnenten

2.200 €¹⁾

zzgl. Erstellungskosten

500 €²⁾



PASST IMMER
INDIVIDUELLE LÖSUNGEN
FÜR JEDE FUHRPARKGRÖSSE

Allianz

Allianz Flottenmodelle – für jeden etwas!

Kein Fuhrpark ist wie der andere, jeder birgt andere Schadenrisiken. Die Flottenmodelle der Allianz passen sich **flexibel** jeder Fuhrparkgröße an – zu **fairen** Beiträgen, bei **schneller** Schadenregulierung.

Lösungen für jede Fuhrparkgröße

- ✓ **Kleinflottenmodell** für 3 bis 14 Fahrzeuge
- ✓ **Fuhrparkmodell** für 15 bis 49 Fahrzeuge
- ✓ **Stückpreismodell** für 50 und mehr Fahrzeuge

Ohne Einschränkungen bei Fahrerkreis, Kilometerleistung und nächtlichem Abstellplatz.

Individualisierbar durch attraktive Produktbausteine

- ✓ **DifferenzKasko (GAP)** – jetzt auch für geleaste oder finanzierte Gebrauchtfahrzeuge
- ✓ **WerterhaltGarantie Firmen** – Verlängerung der Kaufpreisschädigung auf 36 Monate
- ✓ **SchutzBrief Firmen** – wieder mobil in 60 Minuten

Schnell und einfach zum Angebot

Digitaler Angebotsservice Berechnung für das

Spezifikationen für die Daten-Anlieferung

- ▶ Inhalte im Word-Dokument bis zu 2.000 Zeichen
- ▶ Bilder/Grafik/Logo als JPEG oder gif (NICHT animiert), Auflösung in 300 dpi, Abbildungen werden im Layout verkleinert eingebunden und sollten daher in größerer Darstellungen anliefern werden. Es sind keine exakten Maße erforderlich, da die Breite des Newsletters je nach Anforderung variiert.
- ▶ Textzeile (Betreff) für den E-Mail-Versand
- ▶ URL zur Verlinkung muss Daten-gesichert (https) sein. Bis zu drei Verlinkungen sind empfehlenswert.
- ▶ Anlieferung 14 Tage vor EVT. an media@pfefferminzia.de

1) nicht rabattfähig

2) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

Reichweitenverlängerung durch Social Media – Beispiel Facebook



Der Pfefferminzia Facebook-Channel erreicht sehr dezidiert eine spezifische und täglich wachsende Fangemeinde aus der Assekuranz- und Finanzbranche. Ergänzend zur redaktionellen Plattform im Online-Magazin arbeitet unser Social Media-Team an der Verbreitung der News und der Steigerung der Interaktivität im direkten Dialog mit unseren Lesern – Ihren potenziellen und aktiven Partnern und Kunden. Nutzen Sie diese Reichweite und die attraktiven Fachthemen für Ihr B2B-Marketing: Wir bieten Ihnen zwei leistungsfähige werbliche und redaktionelle Module an: **Facebook News-Posting und B2B-Facebook Ads.**

UNSERE FOLLOWER AUF SOCIAL MEDIA 

Stand Oktober 2022



Facebook
13.077



XING
9.023



Twitter
3.005

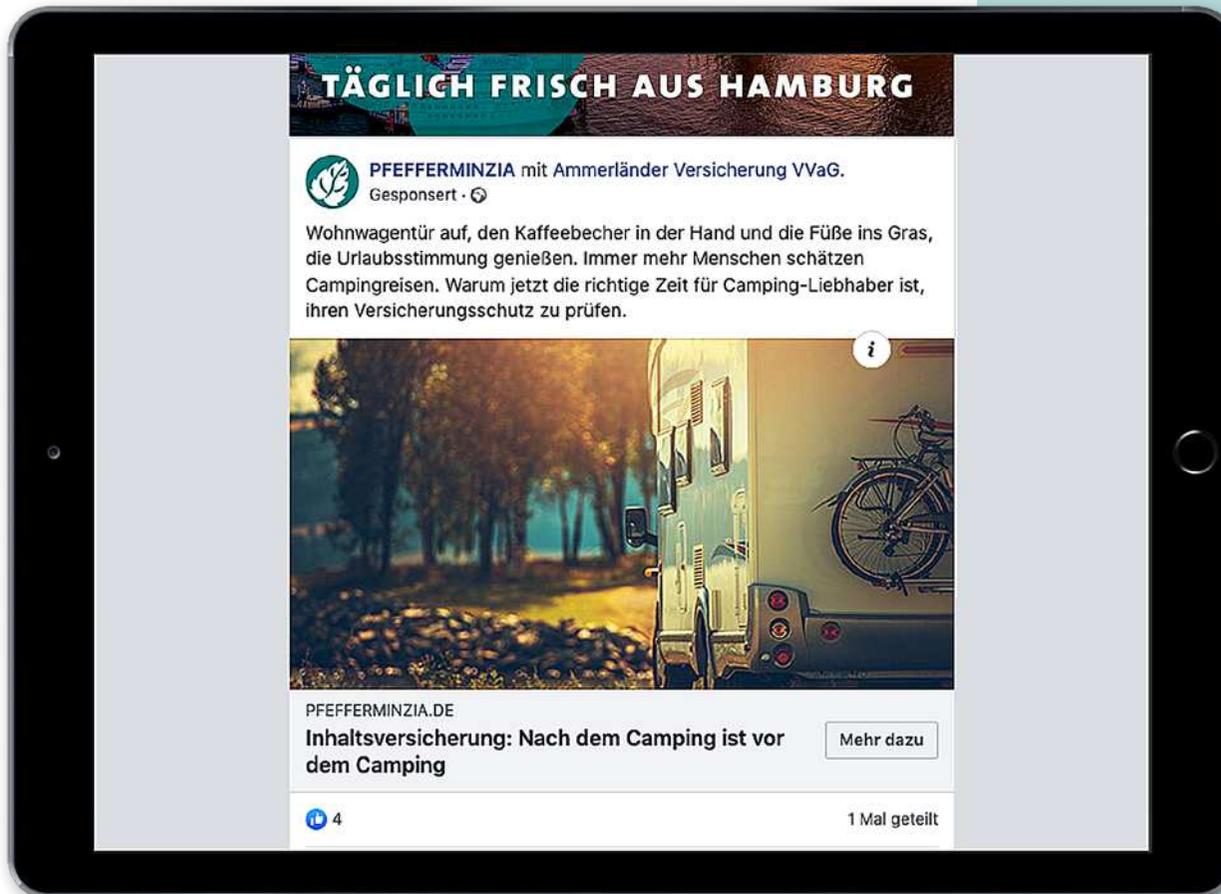


LinkedIn
3.180



1.698

 1.000



Facebook Ad

„Klassische“ Facebook-Werbung, die sich nach Absprache an eine bestimmte Zielgruppe innerhalb des Facebook Netzwerkes richtet. Die Verlinkung erfolgt auf eine Ziel-URL des Kunden.

Einzelbild:	1.080 × 1.080 px
Mehrere Bilder (max. 5)	600 × 600 px
Text:	max. 150 Zeichen
Reichweite	20.000 branchen-affine Nutzer
Laufzeit	7 Tage

Preis		zzgl. Werbekosten ¹⁾
2.050 €	+	100 €²⁾

1) Folgende Kampagnenziele sind wählbar: Link-Klicks (ausgehend) oder Impressions (Reichweite)
 2) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig





Facebook Promoted Post

Zweiteilige Werbemaßnahme auf Facebook, die auf ein zuvor gebuchtes Online-Advertorial auf Pfefferminzia.de aufmerksam macht. Bestehend aus:

- 1) einem redaktionellen Beitrag auf der Facebook-Fanpage von Pfefferminzia, der per Verlinkung oder mit dem Wort GESPONSERT kenntlich macht, dass es sich um Werbung handelt. Der Beitrag enthält den Link zum Online-Advertorial auf Pfefferminzia.de.
- 2) einer separaten Facebook-Ad mit demselben oder einem ähnlichen Text und Inhalt, die dasselbe Online-Advertorial als Ziel hat.

Nur in Kombination mit einem Webseiten-Advertorial möglich. Auf dieses muss verlinkt werden.

Einzelbild:	1.080 × 1.080 px
Text:	max. 150 Zeichen
Reichweite:	20.000 branchen-affine Nutzer
Laufzeit	7 Tage

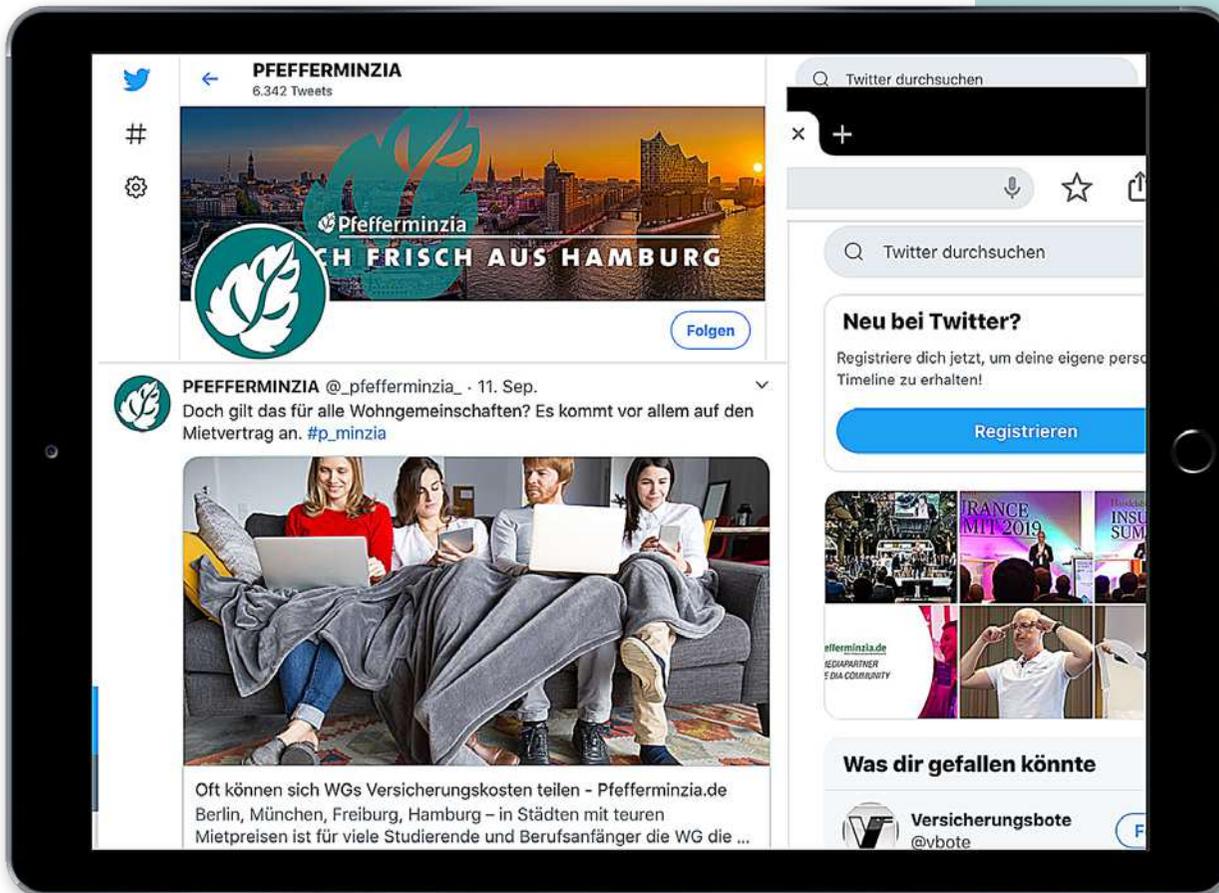
Preis **1.950 €** + zzgl. Werbekosten¹⁾ **100 €²⁾**

HINWEIS

Voraussetzung ist das Freischalten der Pfefferminzia-Facebook-Unternehmensseite als Business-Partner, um Markierungen zuzulassen. Dies ist unter "Einstellungen" – "Branded Content" möglich.

1) Folgende Kampagnenziele sind wählbar: Link-Klicks (ausgehend) oder Impressions (Reichweite)
 2) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig





Twitter Promoted Tweet

Verbreitung eines Pfefferminzia-Tweets innerhalb des Twitter-Netzwerkes.

Reichweite: bis zu 20.000 branchenauffine Twitter-Nutzer.

Tweet-Text: max. 116 Zeichen, 50 Zeichen für den Webseiten-Titel

Bild: 800 × 320 px (Formate PNG oder JPG)

auf Anfrage

Für auf die Ohren: Der Pfefferminzia-Podcast – Die Woche



Jede Woche gibt es von der Chefredaktion des Fachmagazins und Onlineportals Pfefferminzia auch was auf die Ohren. In dem Pfefferminzia-Podcast „Die Woche“ hören die Makler die **wichtigsten Versicherungsthemen der Woche**, die die Branche bewegt haben, garniert mit Trends, Tipps, Meinungen und Hintergrundinfos – **jeden Freitag neu!**

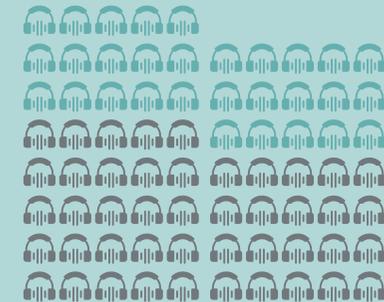
UNSERE PODCAST-HÖRER

Stand Oktober 2022



Abonnennten

14.189



Hörer je Folge

450 bis 750



91%

Hördauer im Durchschnitt

 1.000

 100



Hören Sie hier Folge 66

Einen Pre-Roll-Werbeblock finden Sie hier bei 1:30 Minute

Der Podcast-Werbeblock

Die Umsetzung erfolgt nach Manuskript des Werbetreibenden in Zusammenarbeit mit der Pfefferminzia-Chefredaktion. Die Native Ads sind vom Host gesprochen und die Verbreitung erfolgt über diverse Plattformen u.a.:

- + Pfefferminzia.de
- + Podigee
- + Spotify
- + Apple-Podcast
- + Google Podcast

Werbeformat:	Native Ad
Max. Länge:	45 Sekunden
Reichweite ¹⁾ :	450 bis 750 Hörer/Folge bei ca. 14.189 Abonnenten
Platzierung:	Pre-/Mid-Roll
Frequenz:	mind. 3 Ausstrahlungen
Preis ²⁾ :	Pre-Roll 980 € Mid-Roll 825 €

1) Stand Oktober 2022

2) Der Preis ist nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig und versteht sich zzgl. gesetzlicher MwSt.



Für jedes Kommunikations- und Vertriebsziel das passende Format

WERBEZIEL	Standard Display Ads	Premium Display Ads	Newsletter-Anzeigen	Standalone-Newsletter	Themen-/Corporate-Seiten	Sponsored Posts/Advertorials	Videos	Webinare	Podcast
	PRODUKT								
Marke	★	★	●	●					●
Top-Fokus		★	●	★					●
Aktion & Performance			●	★	●	●	●	●	●
Targeting					★	★	●	●	
Exklusivität				★	★	★	★	★	
Expertenwissen vermitteln ¹⁾					★	★	★	★	
Langfristige Präsenz					★	★	★	●	
Produktbezug & Vertriebswirkung			●	★	★	●		★	●
Lead-Generierung				★	★	●		★	

★ hervorragend geeignet ● gut geeignet

1) Thought Leadership

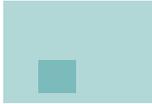


DISPLAY WERBUNG – SPEZIFIKATIONEN DESKTOP & TABLET

					
Standardformate					
Format	Superbanner	Skyscraper	Sticky Skyscraper	Wallpaper	Wallpaper mit Sticky Skyscraper
Breite in px	↔ 728 px bis 1000 px	↔ 160 px bis 200 px	↔ 160 px bis 200 px	↔ Superbanner: 728 bis 1000 px ↔ Skyscraper: 160 bis 200 px	↔ Superbanner: 728 bis 1000 px ↔ Sticky Skyscraper: 160 bis 200 px
Höhe in px	↑ 90 px bis 110 px	↓ max 600 px	↓ max 600 px	↓ Superbanner: 90 bis 110 px ↓ Skyscraper: max 600 px	↓ Superbanner: 90 bis 110 px ↓ Sticky Skyscraper: max 600 px
maximale kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 200 kB	max. 200 kB
Infos auf Seite	10	10	10	10	10
Rotation TKP	55 €	65 €	75 €	90 €	100 €

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

DISPLAY WERBUNG – SPEZIFIKATIONEN DESKTOP & TABLET

Standardformate				
Format	Square PopUp (sichtbarer Bereich)	Medium Rectangle oben (sichtbarer Bereich)	Medium Rectangle meist gelesen	Medium Rectangle mittig
Breite in px	↔ 250 px	↔ 300 px	↔ 300 px	↔ 300 px
Höhe in px	↓ 250 px	↓ 250 px	↓ 250 px	↓ 250 px
maximale kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 100 kB
Infos auf Seite	10	11	12	12
Rotation TKP	130 €	75 €	80 €	55 €

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.



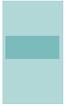
DISPLAY WERBUNG – SPEZIFIKATIONEN DESKTOP & TABLET

Standardformate				
Format	Billboard	Double Sitebar	Sticky Footer	Sticky Footer Large
Breite in px	↔ 980 px	↔ rechts: 200 px ↔ links: 200 px	↔ 728 px	↔ 728 px
Höhe in px	↓ von 110 px bis 250 px	↓ rechts: 600 px ↓ links: 600 px	↓ 90 px	↓ 110 px bis 180 px
maximale kB	max. 200 kB	max. 200 kB	max. 200 kB	max. 200 kB
Infos auf Seite	11	11	11	11
Rotation TKP	90 €	100 €	90 €	110 €

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.



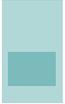
DISPLAY WERBUNG – SPEZIFIKATIONEN MOBILE

Standardformate				
Format	Content Ad 6:1	Content Ad 4:1	Content Ad 2:1	Medium Rectangle
Breite in px	↔ 300 oder 320 px	↔ 300 px	↔ 300 px	↔ 300 px
Höhe in px	↓ 50 px	↓ 75 px	↓ 150 px	↓ 250 px
maximale kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 100 kB
Infos auf Seite	13	13	13	13
Rotation TKP	55 €	55 €	55 €	60 €

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.



DISPLAY WERBUNG – SPEZIFIKATIONEN MOBILE EXKLUSIVE

Premiumformate			
Format	Baseboard ad	Medium Rectangle (Spot)	Native Teaser
Breite in px	↔ 320 px	↔ 300 px	↔ 300 px
Höhe in px	↓ 50 px	↓ 250 px	↓ 185 px
maximale kB	max. 100 kB	max. 100 kB	max. 100 kB
Infos auf Seite	13	13	13
Rotation TKP	90 €	90 €	90 €

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.



DISPLAY WERBUNG – NEWSLETTER

Premiumformate			
Format	Fullsize-Banner Top (nicht animiert)	Medium Rectangle (nicht animiert)	Bild-/Textanzeige (290 bis 520 Zeichen Text)
Breite in px	↔ 600 px	↔ 300 px	↔ 264 px
Höhe in px	↓ 150 px	↓ 250 px	↓ 180 px
maximale kB	max. 50 kB	max. 50 kB	max. 50 kB
Infos auf Seite	17	17	17
Rotation TKP	900 €	650 €	700 €

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.



NEWSLETTER

Newsletterart	Pfefferminzia.de-Newsletter	Standalone-Newsletter
Abonnenten/ Auslieferung	12.500	7.900
Format	HTML	HTML
Frequenz	täglich von Montag bis Freitag	individuell
Preis	ab 650 €	2.200 €²⁾ zzgl. 500 € ³⁾ Erstellungskosten

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

2) nicht rabattfähig

3) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig



SPECIALS

Werbeform	Beschreibung	Preis
E-Booklets	Ihr Brand / Ihr Produkt als B2C- oder B2B-Online Special zur Gewinnung von Kunden oder Vertriebspartnern	auf Anfrage
Themen E-Booklets	Ihre Teilnahme an einem B2C- oder B2B-Online Special zur Gewinnung von Kunden oder Vertriebspartnern	auf Anfrage
Veranstaltungs-Marketing	Individuelle Werbeaktion für Ihre Roadshows und Messen	auf Anfrage
Videos	Produktion: Skripting, Produktion, Postproduktion Verbreitung: Optimierung, Verbreitung, Reporting	auf Anfrage
Webinare	Ihre Themenauswahl und Beteiligung eines Ihrer Experten an einem Webinar der Pfefferminzia-Akademie	auf Anfrage

CONTENT-MARKETING

Werbeform	Format / Umsetzung	Infos auf Seite	Preis
Themenseite	Wir platzieren Ihre Inhalte, Tarife, Videos im passenden Themenumfeld (zzgl. einmalige Einrichtungskosten)	14	ab mtl. 5.950 €
Advertorial	Ihr Thema als attraktiver redaktioneller Beitrag auf unserer Webseite und in unserem Newsletter	15	1.800 € + 490 €²⁾

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.
2) Erstellungskosten, nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig



SOCIAL MEDIA

Werbeform	Format / Umsetzung	Infos auf Seite	Preis
Facebook Ad	Facebook-Werbung, die sich nach Absprache an eine bestimmte Zielgruppe des Facebook-Netzwerkes richtet	20	2.050 € + 100 €²⁾
Facebook Promoted Post	Hervorgehobener redaktioneller Beitrag auf der Facebook-Fanpage von Pfefferminzia	21	1.950 € + 100 €²⁾
Twitter Promoted Tweet	Hervorgehobener Tweet auf dem Twitter-Channel von Pfefferminzia	22	auf Anfrage

PODCAST

Werbeform	Format / Umsetzung	Infos auf Seite	Preis
Native Ad	Werbeblock nach Manuskript des Werbetreibenden in Zusammenarbeit mit der Pfefferminzia-Chefredaktion	23	ab 825 €³⁾

1) Alle Preise in diesen Mediadaten verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt.

2) Werbekosten, nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

3) Der Preis ist rabatt- und agenturprovisionsfähig



UMSATZSTAFFEL

ONLINE Banner und Newsletteranzeigen

20,0 %

ab 24.000 € Umsatz p. a.



15,0 %

ab 18.000 € Umsatz p. a.



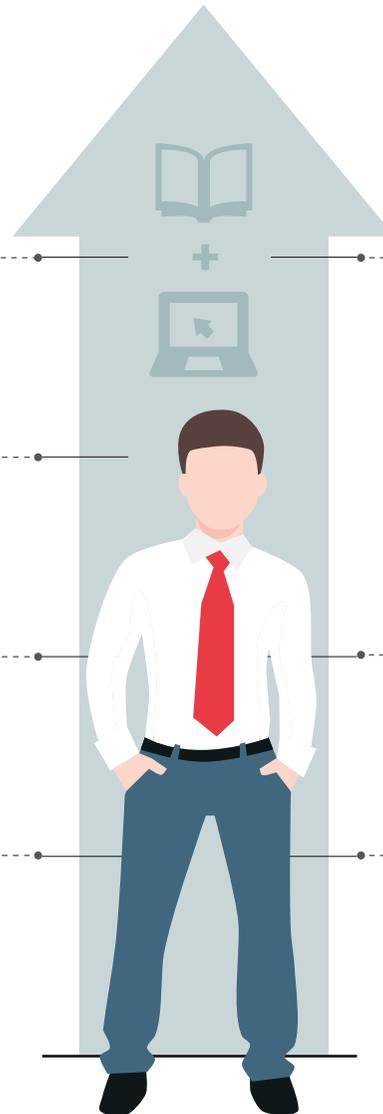
10,0 %

ab 12.000 € Umsatz p. a.



5,0 %

ab 6.000 € Umsatz p. a.

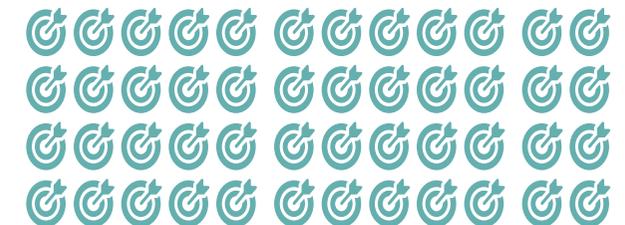


MISCHFORMATE-UMSATZSTAFFEL

PRINT UND ONLINE Anzeigen, Beilagen, Banner und Newsletteranzeigen

20,0 %

ab 48.000 € Umsatz p. a.



10,0 %

ab 30.000 € Umsatz p. a.



5,0 %

ab 15.000 € Umsatz p. a.



Illustrationen: Freepik/www.flaticon.com, fullvector/Freepik

VERLAG

Pfefferminzia Medien GmbH
Kattunbleiche 31a
22041 Hamburg

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Hero Harder, Matthias Heß

TELEFON

+49 (0)40 28 41 083-0

TELEFAX

+49 (0)40 28 41 083-30

E-MAIL

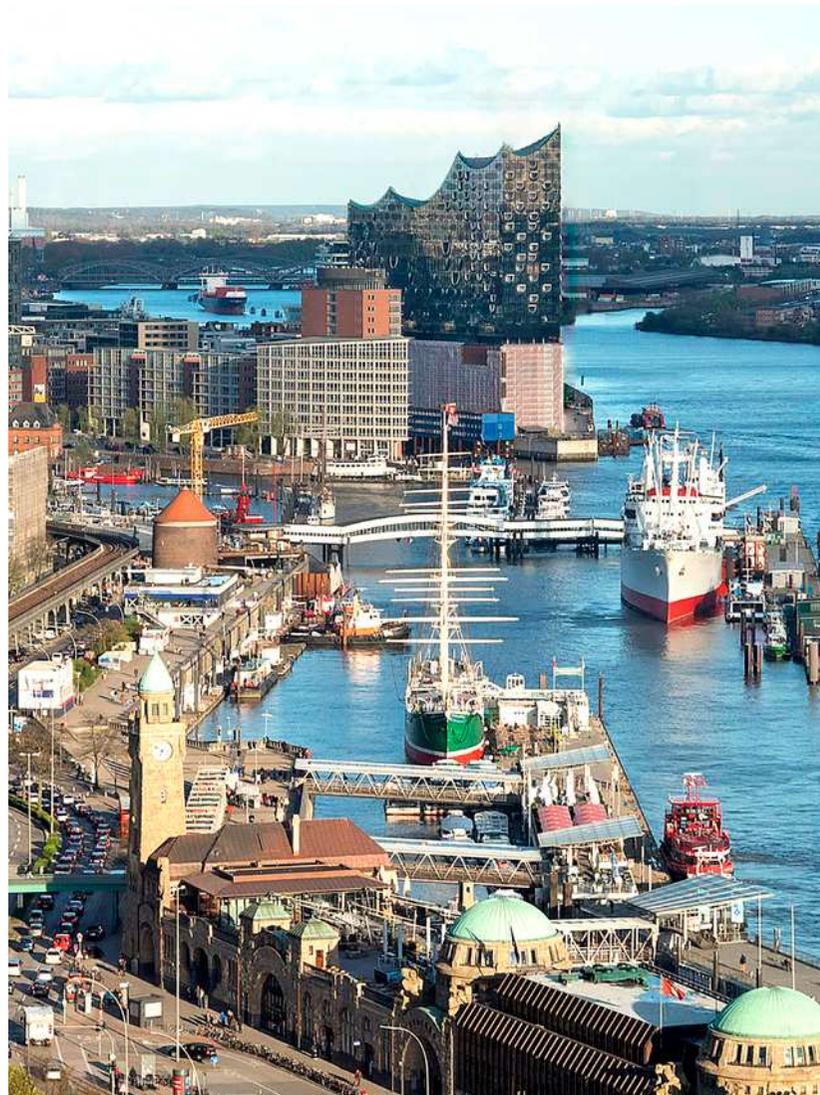
Redaktion
info@pfefferminzia.de
Vertrieb/Verkauf
media@pfefferminzia.de

INTERNET

www.pfefferminzia.de

HANDELSREGISTER

HRB 140160,
Amtsgericht Hamburg



BANKVERBINDUNG

Pfefferminzia Medien GmbH
Hamburger Sparkasse
IBAN: DE09 2005 0550 1238 2009 90
BIC: HASPDEHHXXX

MEHRWERTSTEUER

Auf die Nettopreise wird die gesetzlich geltende Umsatz-(Mehrwert-)Steuer aufgeschlagen, die zu den gleichen Terminen fällig wird.

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Die Rechnungsstellung erfolgt durch die Pfefferminzia Medien GmbH. Rechnungen sind am Erscheinungstag der Ausgabe von Pfefferminzia fällig, in der das Werbemittel veröffentlicht wird. Bei Zahlung innerhalb von 7 Tagen nach Rechnungsdatum gewähren wir 2 Prozent Skonto, sofern keine älteren Rechnungen fällig sind.



Foto: Sebastian Berger

Hero Harder

Geschäftsführung und Vertrieb
Telefon: +49 (0)40 28 41 083-10
Telefax: +49 (0)40 28 41 083-30
hero.harder@pfefferminzia.de



Foto: Sebastian Berger

Matthias Heß

Geschäftsführung und Vertrieb
Telefon: +49 (0)40 28 41 083-11
Telefax: +49 (0)40 28 41 083-30
matthias.hess@pfefferminzia.de



Foto: Jens Hannewald

Karen Schmidt

Chefredaktion (V.i.S.d.P.)
Telefon: +49 (0)40 28 41 083-18
Telefax: +49 (0)40 28 41 083-30
karen.schmidt@pfefferminzia.de



Philipp Achten

Kundenkommunikation und -marketing
Telefon: +49 (0)162 58 73 11 1
Telefax: +49 (0)40 28 41 083-30
philipp.achten@pfefferminzia.de

VERLAG

Pfefferminzia Medien GmbH
Kattunbleiche 31a
22041 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 28 41 083-0
Telefax: +49 (0)40 28 41 083-30

INTERNET

www.pfefferminzia.de

ONLINE-DISPOSITION

Britta Harder
Telefon: +49 (0)40 28 41 083-12
Telefax: +49 (0)40 28 41 083-30
britta.harder@pfefferminzia.de

WERBEMITTELDATEN

senden Sie bitte unbedingt auch an
media@pfefferminzia.de

Um Ihre Werbemittel eindeutig zuordnen zu können geben Sie bitte immer folgende Informationen bei der Anlieferung an

MEDIADATEN

E-Mail: media@pfefferminzia.de
Hinweis: Allg. Mediadaten-Anfragen (Preise, Themen und Termine) bitte ausschließlich an
media@pfefferminzia.de

- ▶ Kundenname
- ▶ Kampagnenname laut Auftrag
- ▶ Werbeformat
- ▶ Platzierung auf der Site oder im Newsletter
- ▶ Erscheinungstermine
- ▶ Laufzeiten
- ▶ Ansprechpartner für Rückfragen
- ▶ Motivname (optional)

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden: „AGB“) gelten für alle Verträge zwischen dem Auftraggeber und der Pfefferminzia Medien GmbH (im Folgenden: „Auftragnehmerin“) über die Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel des Auftraggebers (im Folgenden insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) auf der Webseite der Auftragnehmerin (www.pfefferminzia.de) in elektronischen Newslettern und/oder über Social Media-Plattformen der Auftragnehmerin zum Zwecke der Verbreitung. Diese AGB gelten nicht für die Schaltung von Anzeigen in Printmedien.

2. „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten auf der Webseite und/oder in elektronischen Newslettern und/oder auf den Social Media-Plattformen der Auftragnehmerin zum Zwecke der Verbreitung.

3. Die Auftragnehmerin veröffentlicht die Anzeigen für die vertraglich vereinbarte Dauer oder bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten Ad Impressions (Aufrufe der Anzeigen) auf der vertraglich vereinbarten Werbefläche (Webseite, elektronischer Newsletter und/oder Social Media-Plattformen).

4. Auftraggeber kann der Werbungtreibende selbst sein oder eine Agentur oder ein sonstiger Dienstleister, der im Auftrag eines Dritten für dessen Waren und/oder Dienstleistungen wirbt. Der Vertrag kommt vorbehaltlich abweichender schriftlicher Vereinbarung mit demjenigen zu Stande, der gegenüber der Auftragnehmerin als Auftraggeber auftritt. Im Falle der Buchung für einen Dritten, ist dieser der Auftragnehmerin zu benennen.

5. Mit der Erteilung eines Anzeigenauftrags erkennt der Auftraggeber diese AGB für den jeweiligen Auftrag in der bei Auftragserteilung jeweils gültigen Fassung und die jeweils gültige Preisliste der Auftragnehmerin als verbindlich an.

6. Abweichende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn dies von der Auftragnehmerin ausdrücklich schriftlich bestätigt wird.

7. Werbemittel können z.B. aus Bildern, Texten, Tonfolgen, Bewegtbildern (u.a. Banner) oder aus sensiblen Flächen bestehen, die beim Anklicken mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse eine Verbindung zu weiteren Daten herstellen, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link).

8. Der Vertrag zwischen Auftraggeber und Auftragnehmerin kommt zu Stande, wenn die Auftragnehmerin den Auftrag schriftlich bestätigt oder der Auftraggeber ein von der Auftragnehmerin er-

stelltes Angebot ohne Änderungen schriftlich annimmt. Telefax und E-Mail wahren die Schriftform.

9. Terminvereinbarungen und Platzierungswünsche des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn die Auftragnehmerin dies in der für den Vertragsschluss erforderlichen Form bestätigt hat.

10. Ist im Rahmen des Vertrages das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen durch den Auftraggeber vereinbart, so hat er diese innerhalb der zwischen den Parteien vereinbarten Frist zur Veröffentlichung abzurufen. Ist keine Frist vereinbart, so hat der Auftraggeber die Anzeigen binnen eines Jahres nach Vertragsschluss abzurufen. Nach Ablauf dieser Frist erlischt das Recht des Auftraggebers ersatzlos, Anzeigen abzurufen.

11. Ruft der Auftraggeber Anzeigen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht vollständig ab, so steht ihm kein Anspruch auf Rückzahlung der vereinbarten Vergütung zu.

12. Der Auftraggeber sichert der Auftragnehmerin zu, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt und die Anzeigen deutlich als Werbemittel erkennbar sind. Wird durch die Anzeige auf andere Seiten verwiesen (Link), so übernimmt der Auftraggeber eine Gewähr dafür, dass diese Seiten:

- ▶ keine Rechte (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) Dritter verletzen,
- ▶ nicht gegen sonstige gesetzliche Bestimmungen verstoßen und
- ▶ keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links oder Verfahren beinhalten, die die Auftragnehmerin oder die Internetnutzer schädigen können oder der Verbreitung von Viren, Würmern oder Trojanern dienen.

13. Der Auftraggeber stellt die Auftragnehmerin auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der ihr von dem Auftraggeber überlassenen Werbemittel und der Seiten, auf die durch einen Link in den Anzeigen verwiesen wird, von Dritten gegen sie geltend gemacht werden. Die Freistellung umfasst auch die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung. Die vorstehenden Regelungen gelten sinngemäß auch für den Fall, dass der Auftraggeber aus anderen Gründen als zum Zwecke der Werbung dem Auftragnehmer Content (Text oder Bild) zur Verfügung stellt. Auch in diesen Fällen obliegt es dem Auftraggeber, den Auftragnehmer von Ansprüchen Dritter freizustellen, sollten diese im Zusammenhang mit dem zugelierten Content erhoben werden.

14. Die Auftragnehmerin behält sich vor, Anzeigenaufträge abzulehnen, den (weiteren) Abruf von An-

zeigen durch den Auftraggeber zu untersagen und die Abrufmöglichkeit zu entziehen, wenn:

- ▶ der Inhalt einer Anzeige gegen Gesetze oder behördliche Auflagen und Bestimmungen verstößt,
- ▶ eine Anzeige Werbung Dritter oder für Dritte enthält, ohne dass dies der Auftragnehmerin zuvor zur Kenntnis gebracht worden ist, oder
- ▶ die Veröffentlichung einer Anzeige für die Auftragnehmerin aufgrund ihres Inhalts, ihrer Herkunft oder ihrer technischen Form der Auftragnehmerin nicht möglich oder zumutbar ist, oder
- ▶ aufgrund einer Anzeige ein Streit zwischen der Auftragnehmerin und einem Dritten oder dem Auftraggeber und einem Dritten besteht, infolgedessen ein Dritter Schadensersatzansprüche gegen die Auftragnehmerin wegen der Veröffentlichung der Anzeige geltend machen könnte.

15. Macht die Auftragnehmerin von ihrem Ablehnungsrecht nach bereits erfolgter Veröffentlichung einer Anzeige Gebrauch, so ist der Auftraggeber berechtigt, der Auftragnehmerin eine neue oder geänderte Anzeige zur Verfügung zu stellen, die nicht gegen Ziff. 14 dieser AGB verstößt. Hierdurch eintretende Verzögerungen bei der Veröffentlichung gehen zu Lasten des Auftraggebers. Ein Recht auf Rückerstattung der Vergütung steht dem Auftraggeber in keinem Fall zu, wenn der Inhalt einer Anzeige gegen Ziff. 14 verstößt.

16. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter verletzt werden, insbesondere, ob gesetzliche Vorschriften des Wettbewerbs- und Urheberrechts verletzt werden.

17. Der Auftraggeber ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung der Auftragnehmerin nicht berechtigt, Ansprüche aus dem Vertrag an Dritte abzutreten oder auf Dritte zu übertragen, wenn sich dadurch der Inhalt der Anzeige ändert.

18. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, Anzeigen, die nicht als solche erkennbar sind, bei der Veröffentlichung als „Anzeige“ zu kennzeichnen oder vom Auftraggeber zu verlangen, dass dieser eine entsprechende Kennzeichnung vornimmt. Die Kosten hierfür trägt der Auftraggeber. Die Auftragnehmerin kann die Anzeige auch vom redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werbecharakter deutlich zu machen.

19. Die Werbemittel sind, wenn nicht anders vereinbart, spätestens 7 Tage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in vollständiger, einwandfreier und für die Schaltung geeigneter Form vom Auftraggeber anzuliefern. Diese Frist gilt auch für den Austausch von Werbemitteln innerhalb einer Kampagnenbuchung. Plant der Auftraggeber während

einer Kampagnenbuchung den Einsatz mehrerer Anzeigenmotive auf der Webseite der Auftragnehmerin, so sind diese bereits zum Kampagnenstart der Auftragnehmerin ebenfalls anzuliefern.

Außerplanmäßige Motivwechsel innerhalb einer Kampagnenbuchung auf der Webseite der Auftragnehmerin sind danach nur nach vorheriger Absprache und unter Beteiligung an den technischen Kosten möglich. Die Auftragnehmerin unterrichtet den Auftraggeber unverzüglich, wenn an dem Anzeigentext oder an einer Vorlage noch Änderungen vorgenommen werden müssen.

20. Stellt der Auftraggeber der Auftragnehmerin die Werbemittel nicht so rechtzeitig zur Verfügung, dass die Anzeige zu dem vereinbarten Schaltungstermin veröffentlicht werden kann, so ist die Auftragnehmerin berechtigt, die Veröffentlichung zum nächstmöglichen Schaltungstermin vorzunehmen. Hat der Auftraggeber einen bestimmten Zeitraum gebucht, so verschiebt sich dieser entsprechend in die Zukunft, sofern dies terminlich möglich ist. Die Auftragnehmerin ist nicht verpflichtet, die vereinbarte Anzahl von Ad Impressions innerhalb eines kürzeren Zeitraums zu ermöglichen. Der Auftraggeber kann sich statt mit einer Verschiebung des Veröffentlichungszeitraums mit einer geringeren Anzahl von Ad Impressions im ursprünglich vereinbarten Zeitraum einverstanden erklären. Keiner der genannten Fälle berechtigt den Auftraggeber zu einer Kürzung der ursprünglich vereinbarten Vergütung.

21. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Anzeige nach erstmaliger Schaltung zu prüfen und der Auftragnehmerin unverzüglich anzuzeigen, wenn die Anzeige Fehler bzw. Mängel aufweist.

22. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unrichtiger oder unvollständiger Veröffentlichung der Anzeige nach seiner Wahl Anspruch auf Zahlungsminderung oder die Veröffentlichung einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nachbesserung). Lässt die Auftragnehmerin eine ihr zum Zwecke der Nacherfüllung vom Auftraggeber gestellte angemessene Frist verstreichen, so steht dem Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung zu. Gleiches gilt im Falle fehlerhaft erstellter Anzeigen durch die Auftragnehmerin beim elektronischen Newsletterversand. In diesem Fall kann der Auftraggeber den Auftrag widerrufen, wenn die Ersatzanzeige nicht manglefrei ist.

23. Die Auftragnehmerin übernimmt die dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Übliche Ausfallzeiten aufgrund von planmäßigen und außerplanmäßigen Wartungsarbeiten berechtigen den Auftraggeber nicht zur Kürzung der Vergütung oder zur Geltendmachung sonstiger Rechte. Gleiches gilt für Zeiten, in denen die Wiedergabe

der Anzeige nicht möglich ist aus Gründen, die von der Auftragnehmerin nicht zu vertreten sind (z.B. höhere Gewalt, Streiks oder Hackangriffe).

24. Weitergehende Mängelansprüche sowie Ansprüche des Auftraggebers auf Schadenersatz aus positiver Vertragsverletzung, unerlaubter Handlung, Verletzung von Pflichten bei Vertragsverhandlungen oder Nichterfüllung sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht in Fällen:

- ▶ des Vorsatzes oder der groben Fahrlässigkeit,
- ▶ bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit,
- ▶ wenn der Schaden auf einer schuldhaften Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruht,
- ▶ oder im Falle der Nichteinhaltung etwa übernommener Beschaffenheits- und Haltbarkeitsgarantien.

Wesentliche Vertragspflichten sind die jeweiligen vertraglichen Hauptleistungspflichten sowie sonstige vertragliche (Neben-)Pflichten, die im Falle einer schuldhaften Pflichtverletzung dazu führen können, dass die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird. Der Höhe nach ist die Haftung stets auf den Ersatz des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt.

25. Im Falle zwingender gesetzlicher Haftung, etwa nach dem Produkthaftungsgesetz, gelten vorstehende Haftungsbeschränkungen nicht. Ansprüche der Auftragnehmerin wegen entgangenen Gewinns sind – gleich aus welchem Rechtsgrund – ausgeschlossen.

26. Die Abrechnung erfolgt in der Regel auf Basis des von der Auftragnehmerin erstellten Reportings. Weicht ein von dem Auftraggeber erstelltes Reporting hiervon erheblich ab, so bemühen sich die Parteien um eine einvernehmliche Regelung, welche Reportingzahlen der Abrechnung zu Grunde gelegt werden. Es kann ein Mittelwert vereinbart werden.

27. Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug werden die fälligen Forderungen mit 8 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz verzinst.

28. Wird dem Auftraggeber aufgrund eines von diesem versprochenen oder in Aussicht gestellten zukünftigen, dann in Summe rabattierfähigen Buchungsvolumens ein Rabatt gewährt, und wird das anfangs unterstellte Volumen am Ende des vereinbarten Zeitraums nicht erreicht, so hat der Auftraggeber den Betrag nachzuzahlen, der ihm aufgrund des anfangs unterstellten zukünftigen Buchungsvolumens als Rabatt eingeräumt worden ist.

29. Die Auftragnehmerin behält sich das Recht vor, vom Auftraggeber Vorkasse zu verlangen. Dies gilt

auch für den Fall, dass der Auftraggeber sich bereits im Zahlungsverzug mit einer Zahlung befindet und weitere Aufträge vom Auftraggeber erteilt worden sind. Die Auftragnehmerin kann die Ausführung der weiteren Aufträge oder die Veröffentlichung von Anzeigen von einer Vorauszahlung oder dem vollständigen Ausgleich bereits fälliger Rechnungen durch den Auftraggeber abhängig machen.

30. Die Auftragnehmerin liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Screenshot der veröffentlichten Anzeige als Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung der Auftragnehmerin über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Auf Wunsch des Auftraggebers liefert die Auftragnehmerin ein Reporting über die Veröffentlichung der Anzeige.

31. Die Pflicht zur Aufbewahrung vom Auftraggeber übersandter Werbemittel endet drei Monate nach Ablauf des vereinbarten Veröffentlichungszeitraums. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, die Werbemittel darüber hinaus unbegrenzt aufzubewahren.

32. Die Auftragnehmerin verpflichtet sich, die Rechte des Auftraggebers an den Werbemitteln, insbesondere das Urheberrecht, zu wahren.

33. Eine Stornierung des Auftrags durch den Auftraggeber ist möglich. Sie bedarf der Textform (Brief, Fax, E-Mail). Bei einer Stornierung mindestens drei Wochen vor Schaltungsbeginn entfallen dem Auftraggeber keine Kosten. Bei Stornierungen, die danach, aber vor Schaltungsbeginn erfolgen, sind vom Auftraggeber 50 Prozent der vereinbarten Vergütung zu bezahlen. Bei einer späteren Stornierung, d.h. nach erstmaliger Schaltung der Anzeige, beziehungsweise nach Ablauf des vertraglich vereinbarten – erstmaligen – Schaltungszeitraums, ist die Auftragnehmerin berechtigt, dem Auftraggeber 100 Prozent der vereinbarten Vergütung in Rechnung zu stellen. Als Stornierung gilt es auch, wenn der Auftraggeber der Auftragnehmerin die Werbemittel nicht zur Verfügung stellt mit der Folge, dass eine Veröffentlichung der Anzeige nicht stattfindet.

34. Erfüllungsort ist der Sitz der Auftragnehmerin. Gerichtsstand ist Hamburg.

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

Stand: 01.01.2023

