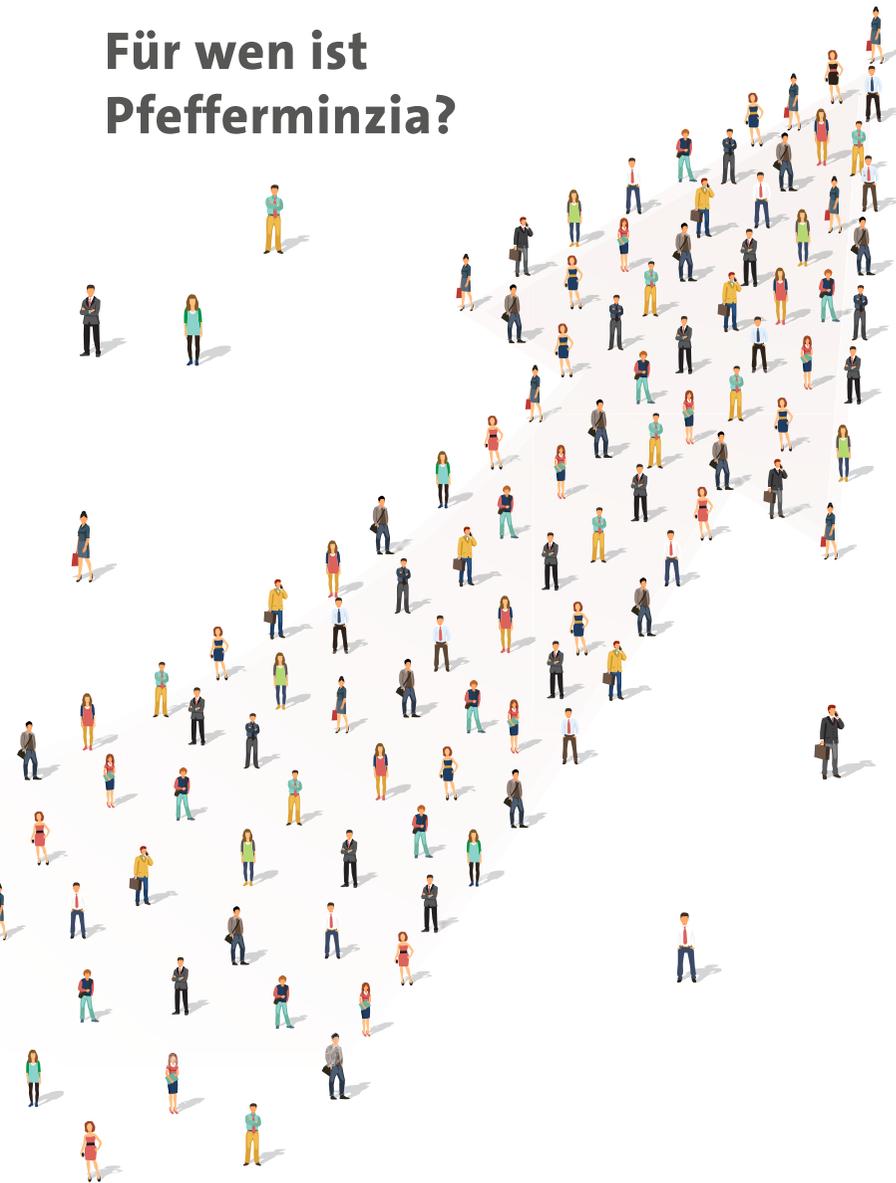


## Inhaltsverzeichnis

<b>03</b>	Zielgruppe						
<b>04</b>	Studien	<b>11</b>	Webseite	<b>19</b>	Newsletter-Formate	<b>28</b>	Übersicht: Formate & Preise
<b>05</b>	Unsere Leser	<b>12</b>	Webseiten-Formate	<b>20</b>	Standalone-Newsletter	<b>37</b>	Rabatte
<b>07</b>	Unsere Newsletter-Leser	<b>15</b>	Mobile-Formate	<b>21</b>	Social Media	<b>38</b>	Verlagsangaben
<b>09</b>	Lesegeräte & -kanäle	<b>16</b>	Content Marketing	<b>25</b>	Podcast	<b>39</b>	Ansprechpartner
<b>10</b>	Studien Fachmedium	<b>18</b>	Newsletter	<b>27</b>	Lösungsmatrix	<b>40</b>	AGB
						<b>i</b>	Zurück zum Inhalt

# Für wen ist Pfefferminzia?



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



## Pfefferminzia – in Maklerumfragen auf den Spitzenplätzen

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.

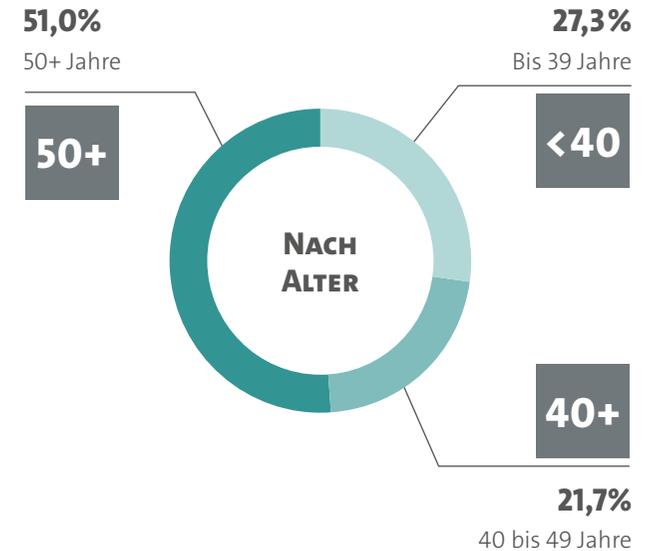
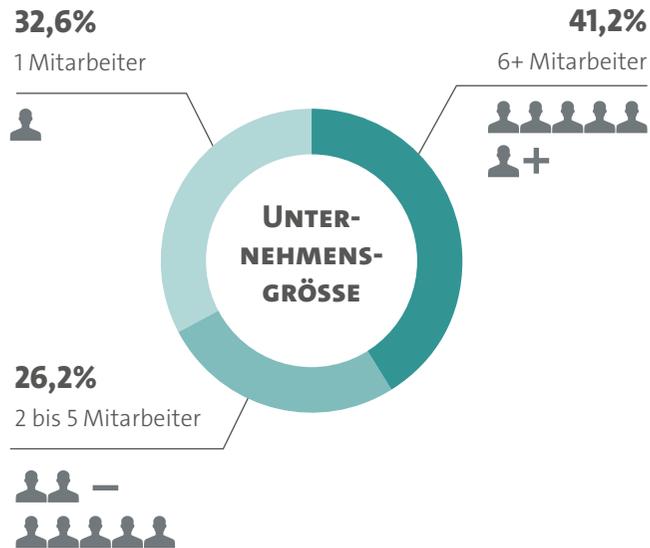
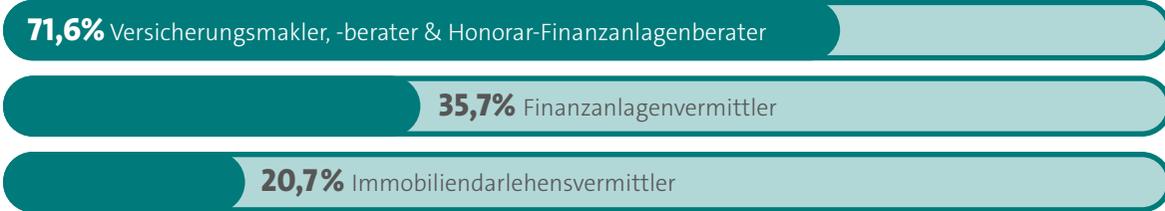


Der Online-Newsletter von Pfefferminzia und auch die Plattform Pfefferminzia.de gehören zu den Top-Makler-Medien. In der umfangreichsten Studie der Branche, der **Vermittler Media Analyse 2023/24** von disphere interactive GmbH, München, wurden die Daten von 24 Newslettern und 31 Plattformen zusammengetragen und ausgewertet. Die Studie weist Pfefferminzia.de auf Rang 3 (**3. Platz Reichweite Online** von 31 Plattformen) und den täglich erscheinenden Newsletter auf Rang 4 (**4. Platz Reichweite Newsletter** von 24 Newslettern) aus. Auch bei der Qualität und der Aktualität belegten hier unsere Medien Spitzenplätze. Auch die **Social Media Kanäle** von Pfefferminzia werden von den Maklern beruflich stark genutzt. Hier zählt Pfefferminzia laut disphere zu den **Top 5 Verlagen im Maklermarkt**.

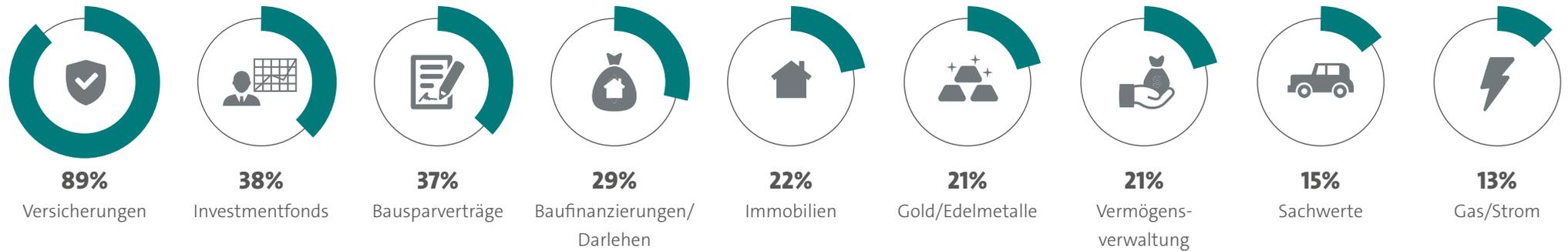
### Empfehlung

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 und wird in Bezug auf Qualität und Aktualität sehr hoch bewertet. Neben dem **Rangplatz 2 bei der Reichweite** kam Pfefferminzia bei **Aktualität und Qualität jeweils auf Platz 1** (Ergebnisse für Fachverlage – Erscheinung unter 12 p.a.). Untersucht wurden insgesamt 32 Printtitel.

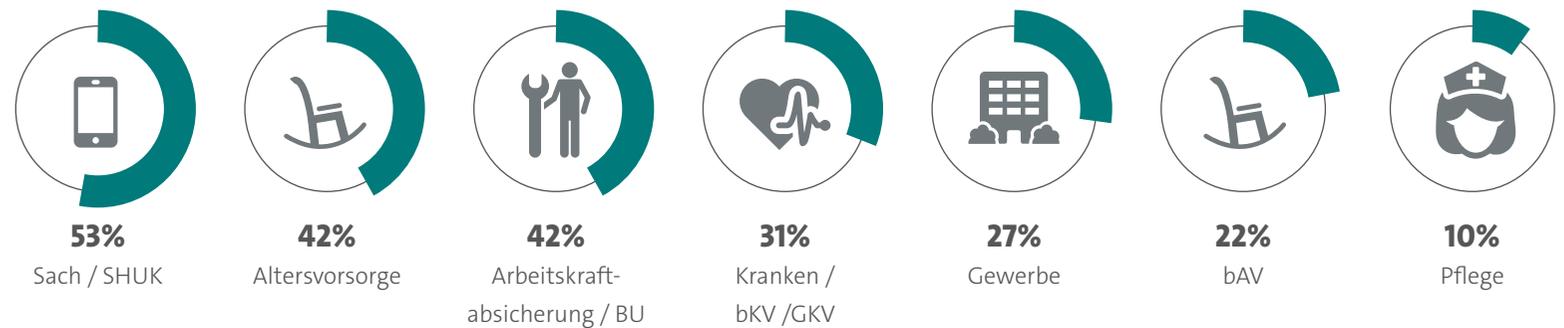
# Wer liest Pfefferminzia?



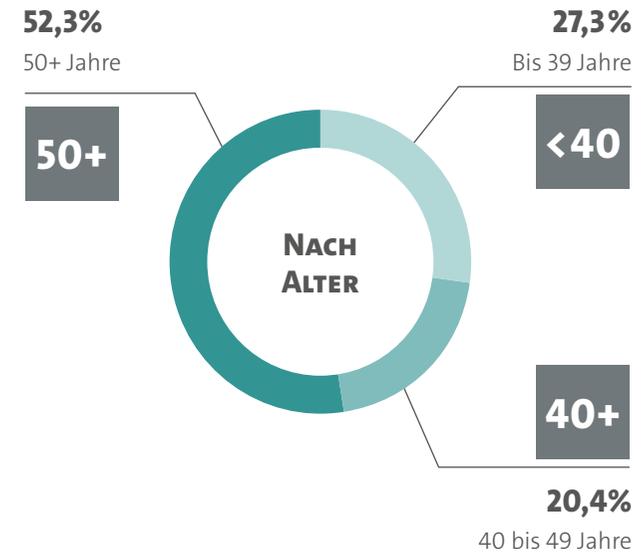
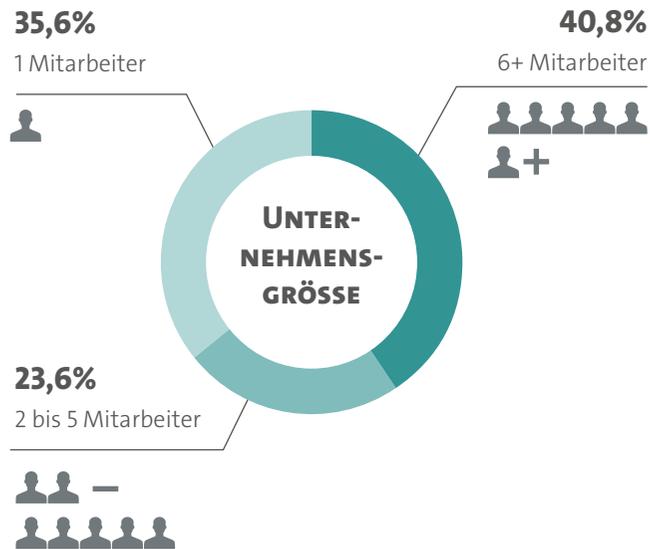
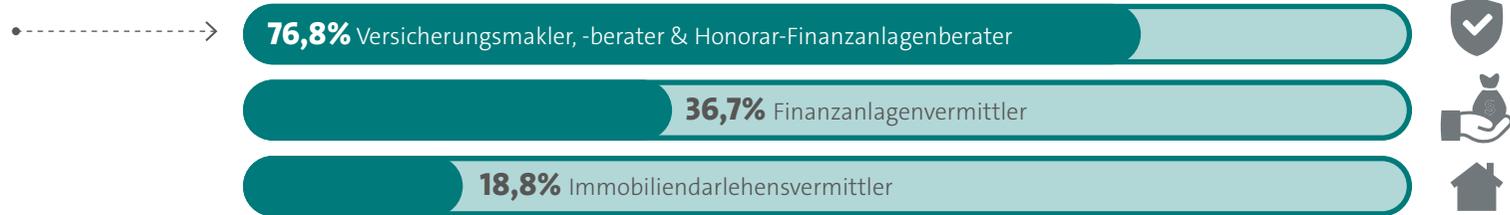
## Welche Produkte werden von den Pfefferminzia-Lesern vermittelt?



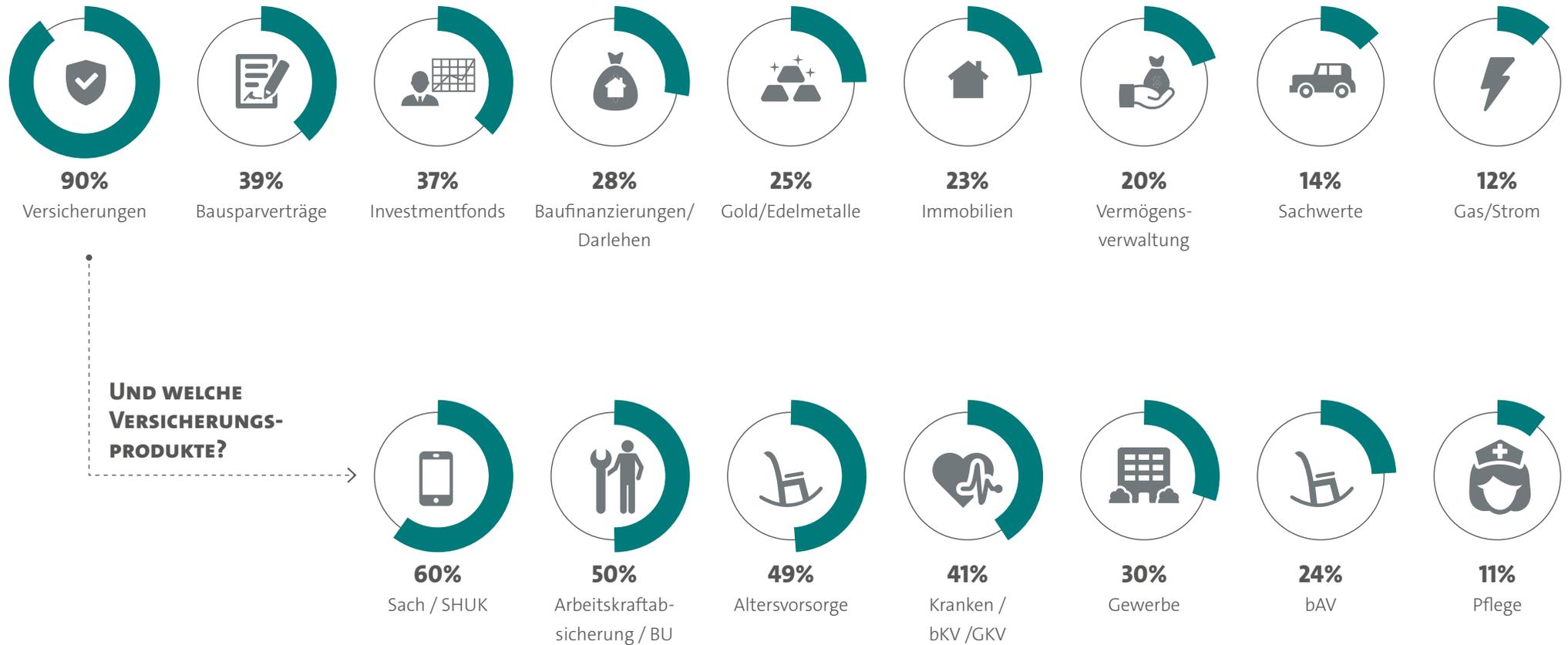
**UND WELCHE  
VERSICHERUNGS-  
PRODUKTE?**



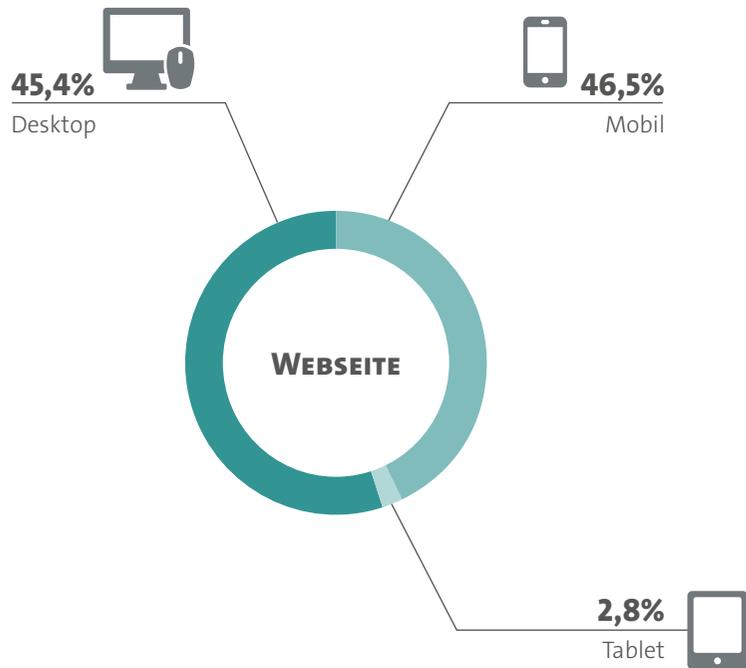
# Wer liest den Pfefferminzia Newsletter?



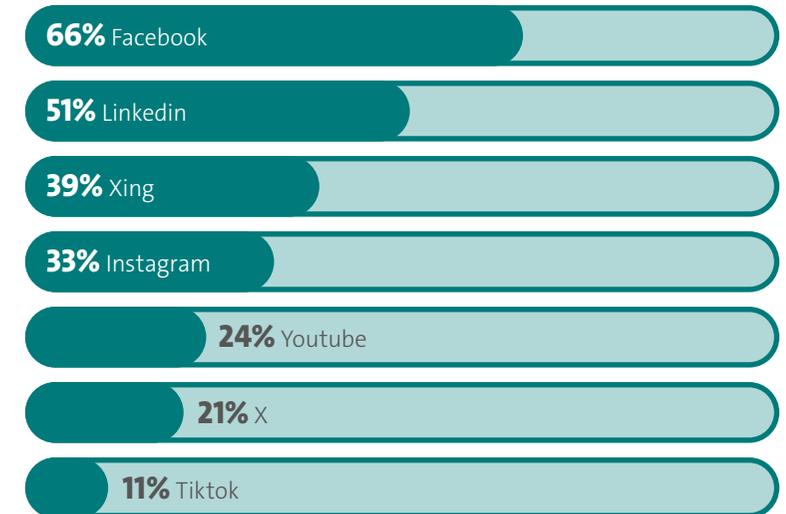
## Welche Produkte werden von den Pfefferminzia-Newsletter-Lesern vermittelt?



## 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
<b>Durchschnitt</b>	<b>3,0</b>		

## 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
<b>2</b>	<b>Pfefferminzia</b>		<b>1.398</b>
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.



Hinweis: Bitte beachten Sie, dass die messbaren Zugriffe auf pfefferminzia.de aufgrund von Browser-Einstellungen (z.B. Blockern mit Standard-Einstellungen zum Ablehnen in der Consent-Abfrage) geringer ausfallen können.

### SEITENAUFRUFE IM MONAT

September 2023



145.560

### BESUCHE IM MONAT

September 2023



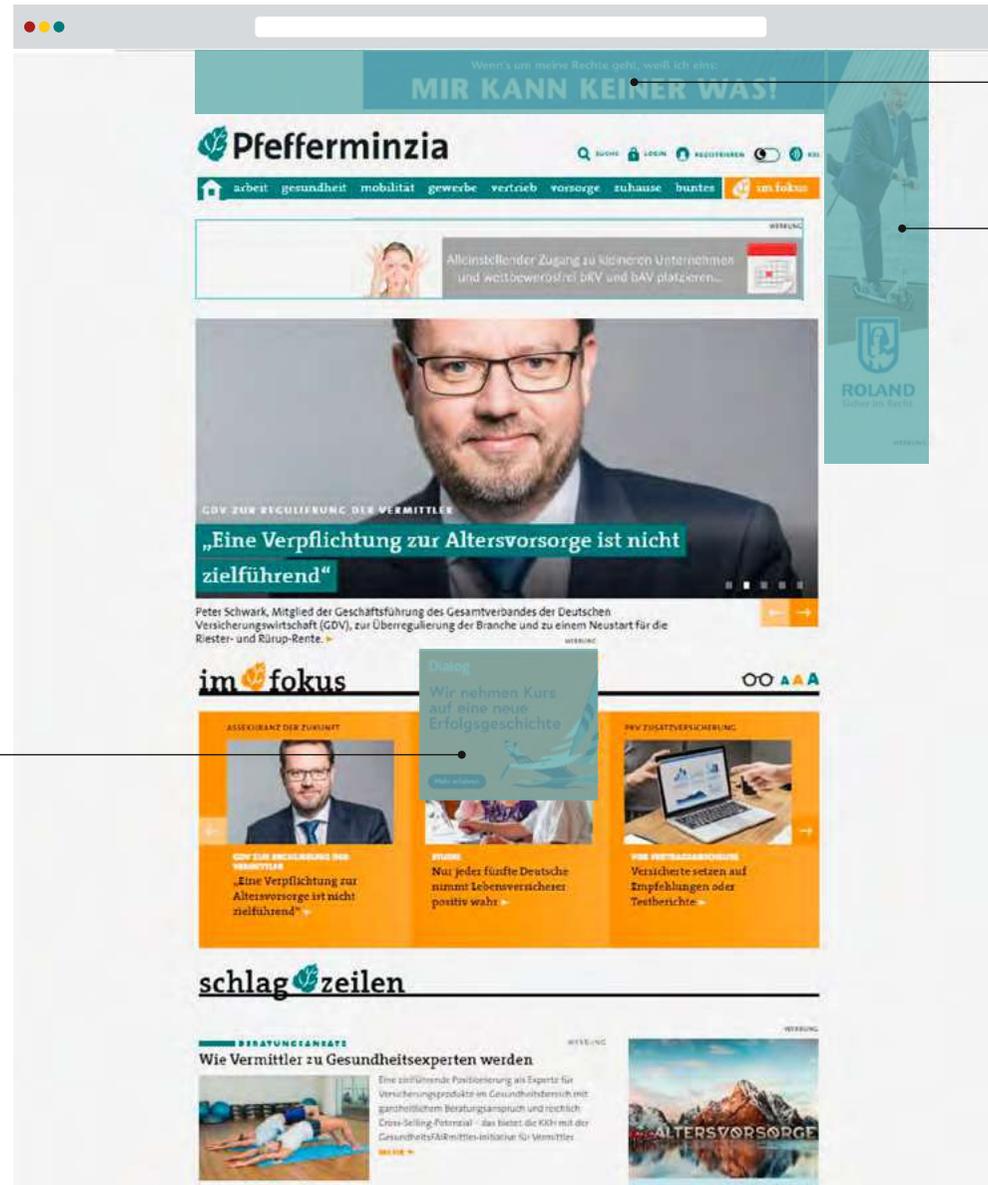
120.490

 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

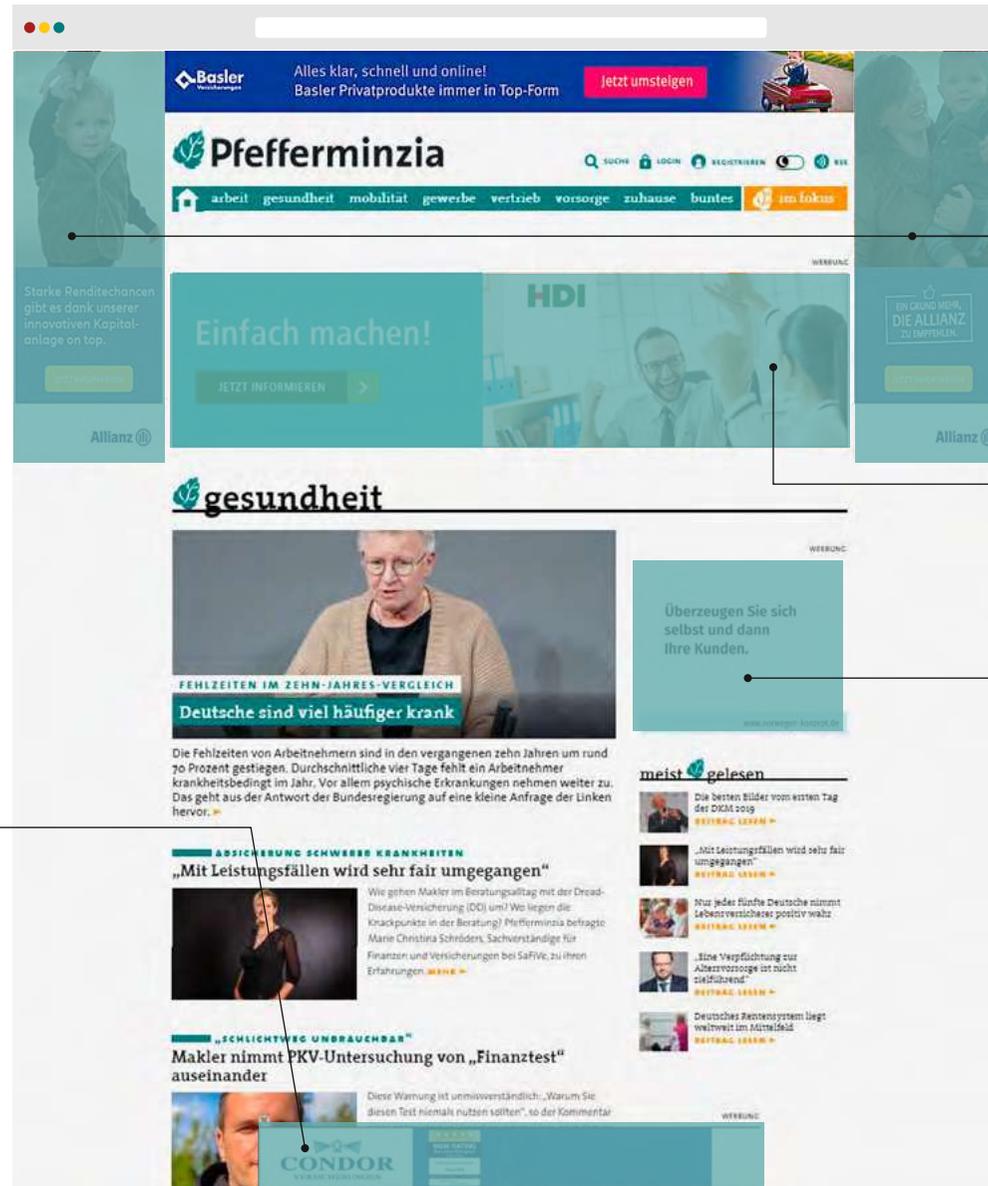
max. 200 kB  
Superbanner + Skyscraper  
90 € TKP in Rotation  
ODER  
Superbanner + Sticky Skyscraper  
100 € TKP in Rotation

## 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**

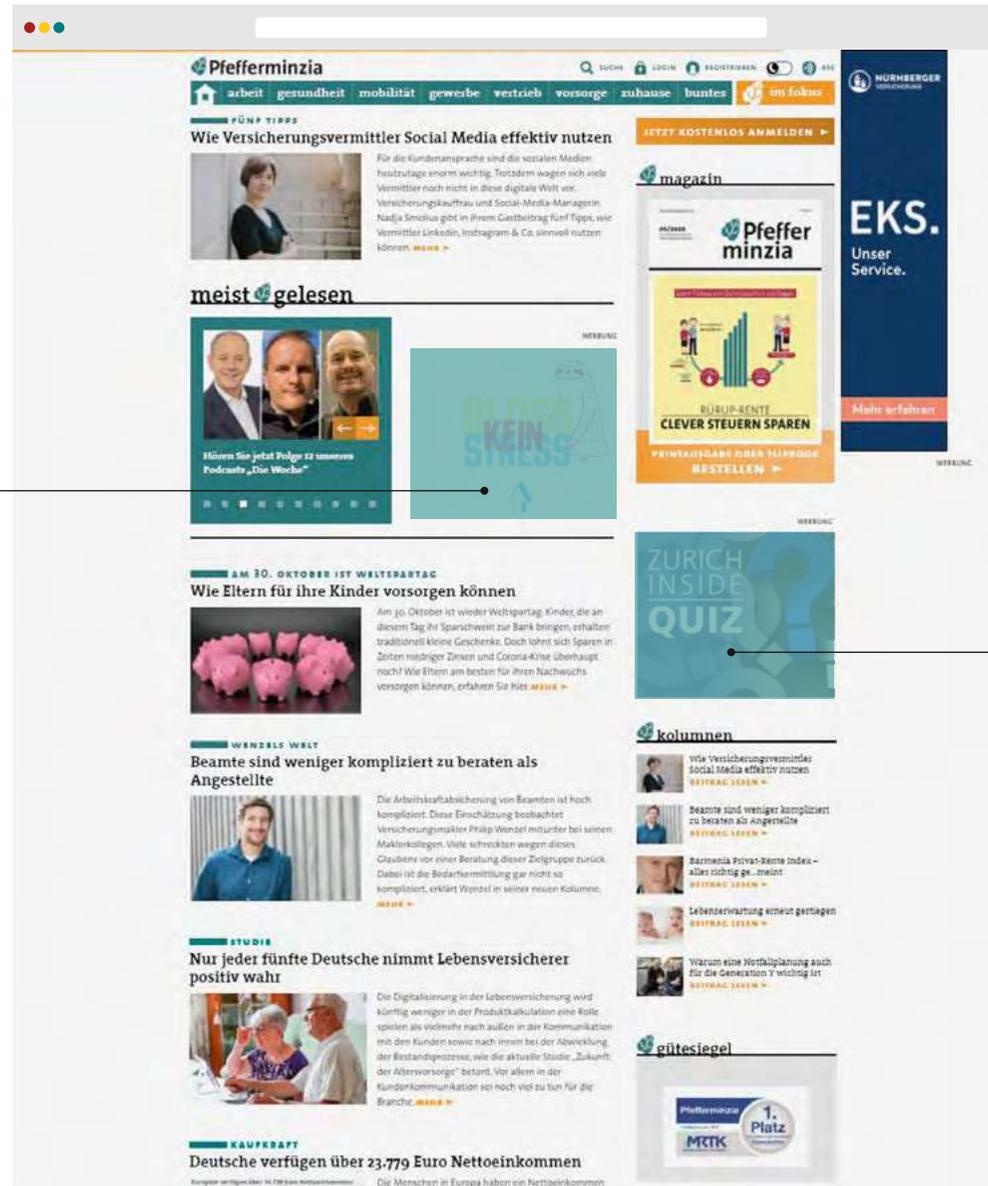
max. 200 kB

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. Erstellungskosten<sup>1)</sup> **3.950 €**

### CASESTUDY

Thema: **Assekuranz der Zukunft**

Kunde: **Standard Life**

Detaillierte monatliche Reportings erleichtern Ihnen die Vertriebssteuerung.



## 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 <sup>1)</sup>
<b>1.800 €</b>	<b>+</b>	<b>490 €</b>

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**

**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 **MO** bis **FR**

### ABONNENTEN



12.500

### BRUTTOÖFFNUNGSRATE



im Durchschnitt  
(Quelle: Auswertung  
Newsletterreportings  
1. Halbjahr 2023)

### LESERSTRUKTUR



Versicherungs-  
makler,-berater &  
Mehrfachvertreter

1.000

# Display-Formate grafisch dargestellt

mit Preisangaben



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



**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 €<sup>1)</sup>

zzgl. Erstellungskosten

500 €<sup>2)</sup>



**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
- ▶ Header-Bild bitte in den Maßen B 1.200 px x H 600 px anliefern
- ▶ 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](mailto:media@pfefferminzia.de)

1) nicht rabattfähig

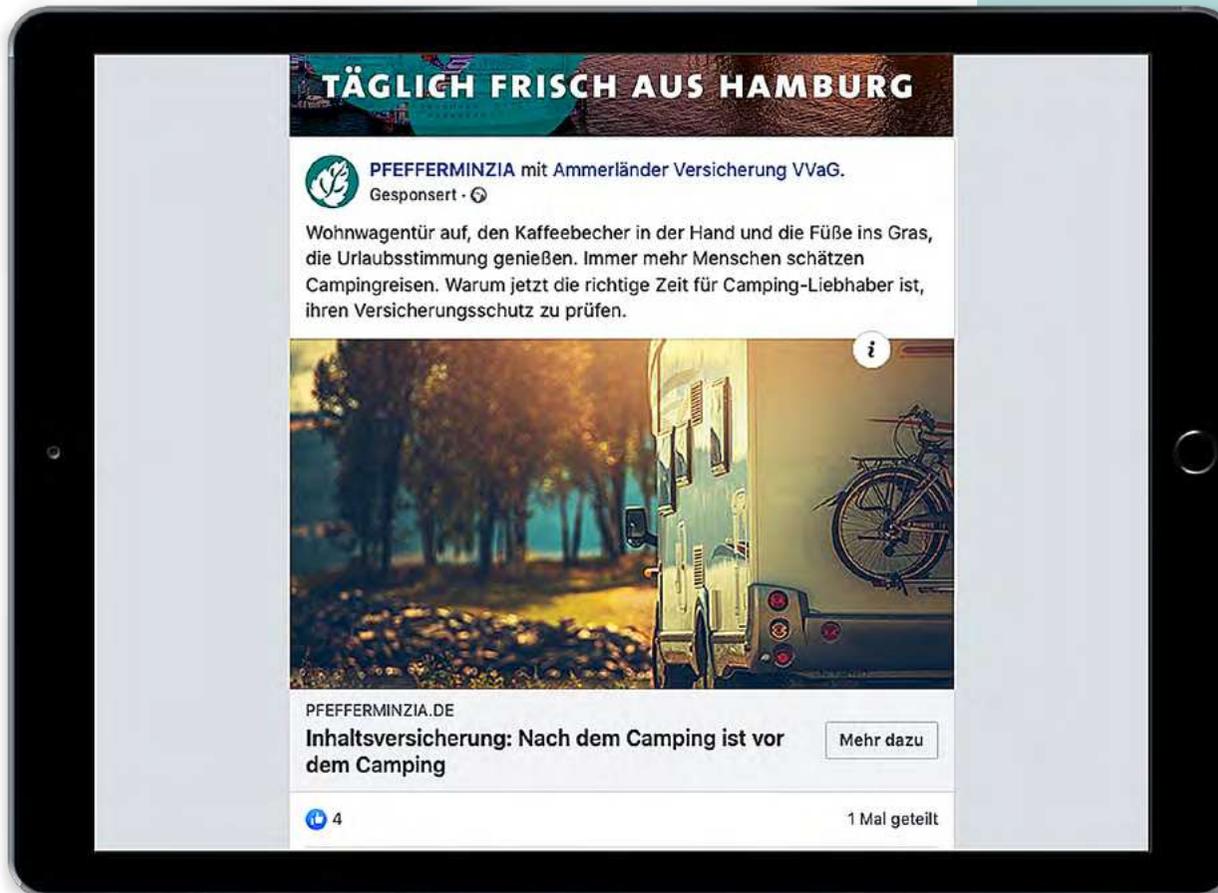
2) nicht rabatt- und agenturprovisionsfähig

# 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.**





## 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 <sup>1)</sup>
<b>2.050 €</b>	<b>+</b>	<b>100 €<sup>2)</sup></b>

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

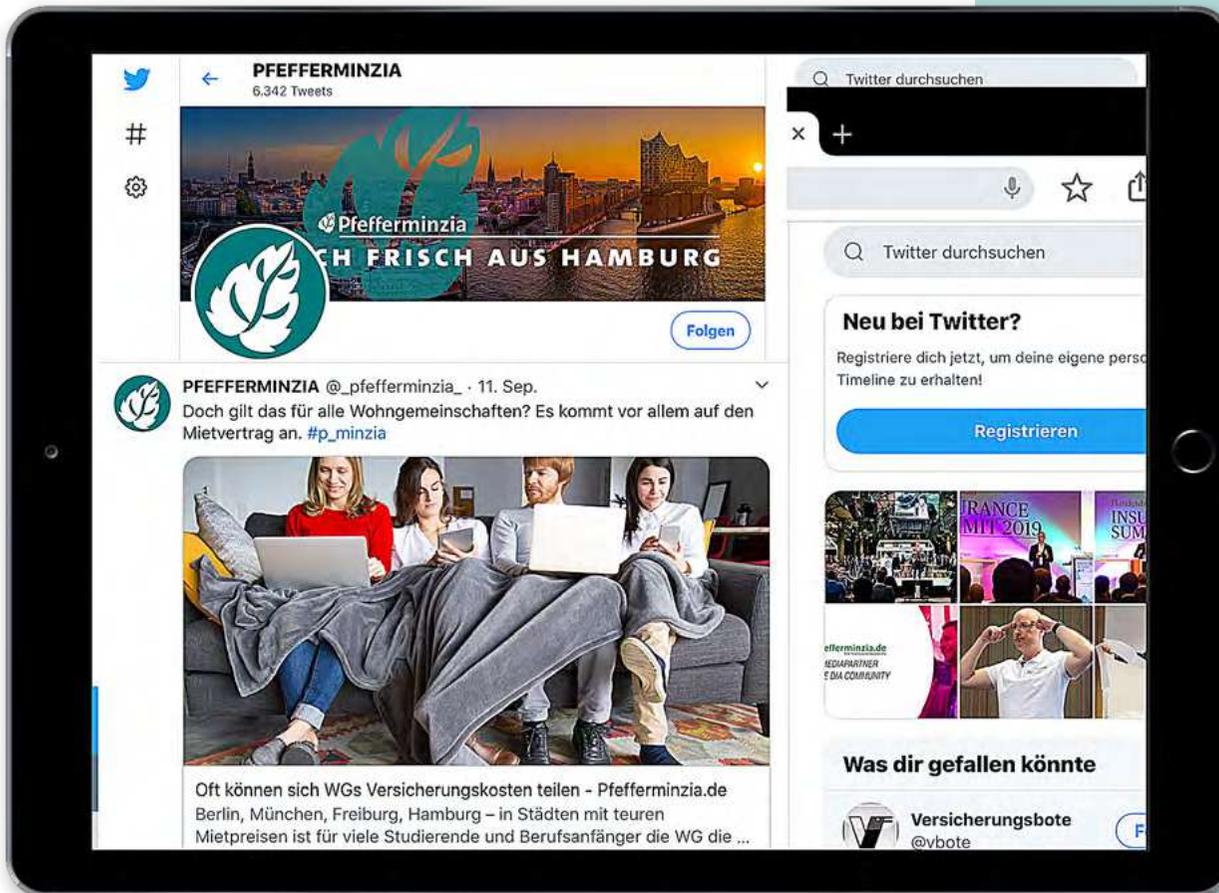
Preis **1.950 €** + zzgl. Werbekosten<sup>1)</sup> **100 €<sup>2)</sup>**

### 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





## X Promoted Tweet

Verbreitung eines Pfefferminzia-Tweets innerhalb des X-Netzwerkes.

Reichweite: bis zu 20.000 branchenauffine X-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 September 2023



Hörer je Folge  
**504**



Hördauer im  
Durchschnitt





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 <sup>1)</sup> :	504 Hörer im Durchschnitt pro Folge
Platzierung:	Pre-/Mid-Roll
Frequenz:	mind. 3 Ausstrahlungen
Preis <sup>2)</sup> :	Pre-Roll <b>980 €</b> Mid-Roll <b>825 €</b>

1) Stand September 2023

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 <sup>1)</sup>					★	★	★	★	
Langfristige Präsenz					★	★	★	●	
Produktbezug & Vertriebswirkung			●	★	★	●		★	●
Lead-Generierung				★	★	●		★	

★ hervorragend geeignet    ● gut geeignet

1) Thought Leadership

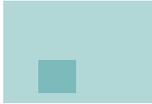


**DISPLAY WERBUNG – SPEZIFIKATIONEN DESKTOP & TABLET**

Standardformate					
Format	<b>Superbanner</b>	<b>Skyscraper</b>	<b>Sticky Skyscraper</b>	<b>Wallpaper</b>	<b>Wallpaper mit Sticky Skyscraper</b>
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	12	12	12	12	12
Rotation TKP	<b>55 €</b>	<b>65 €</b>	<b>75 €</b>	<b>90 €</b>	<b>100 €</b>

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

**DISPLAY WERBUNG – SPEZIFIKATIONEN DESKTOP & TABLET**

Standardformate				
Format	<b>Square PopUp</b> (sichtbarer Bereich)	<b>Medium Rectangle oben</b> (sichtbarer Bereich)	<b>Medium Rectangle meist gelesen</b>	<b>Medium Rectangle mittig</b>
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	12	13	14	14
Rotation TKP	<b>130 €</b>	<b>75 €</b>	<b>80 €</b>	<b>55 €</b>

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



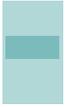
**DISPLAY WERBUNG – SPEZIFIKATIONEN DESKTOP & TABLET**

Standardformate				
Format	<b>Billboard</b>	<b>Double Sitebar</b>	<b>Sticky Footer</b>	<b>Sticky Footer Large</b>
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	13	13	13	13
Rotation TKP	<b>90 €</b>	<b>100 €</b>	<b>90 €</b>	<b>110 €</b>

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



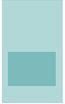
### DISPLAY WERBUNG – SPEZIFIKATIONEN MOBILE

Standardformate				
Format	<b>Content Ad 6:1</b>	<b>Content Ad 4:1</b>	<b>Content Ad 2:1</b>	<b>Medium Rectangle</b>
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	15	15	15	15
Rotation TKP	<b>55 €</b>	<b>55 €</b>	<b>55 €</b>	<b>60 €</b>

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



**DISPLAY WERBUNG – SPEZIFIKATIONEN MOBILE EXKLUSIVE**

Premiumformate			
Format	<b>Baseboard ad</b>	<b>Medium Rectangle (Spot)</b>	<b>Native Teaser</b>
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	15	15	15
Rotation TKP	<b>90 €</b>	<b>90 €</b>	<b>90 €</b>

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



**DISPLAY WERBUNG – NEWSLETTER**

Premiumformate			
Format	<b>Fullsize-Banner Top</b> (nicht animiert)	<b>Medium Rectangle</b> (nicht animiert)	<b>Bild-/Textanzeige</b> (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	19	19	19
Rotation TKP	<b>900 €</b>	<b>650 €</b>	<b>700 €</b>

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



## NEWSLETTER

Newsletterart	<b>Pfefferminzia.de- Newsletter</b>	<b>Standalone- Newsletter</b>
Abonnenten/ Auslieferung	12.500	7.900
Format	HTML	HTML
Frequenz	täglich von Montag bis Freitag	individuell
Preis	<b>ab 650 €</b>	<b>2.200 €<sup>2)</sup></b> zzgl. 500 € <sup>3)</sup> 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)	16	ab mtl. <b>5.950 €</b>
Advertorial	Ihr Thema als attraktiver redaktioneller Beitrag auf unserer Webseite und in unserem Newsletter	17	<b>1.800 € + 490 €<sup>2)</sup></b>

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	22	<b>2.050 € + 100 €<sup>2)</sup></b>
Facebook Promoted Post	Hervorgehobener redaktioneller Beitrag auf der Facebook-Fanpage von Pfefferminzia	23	<b>1.950 € + 100 €<sup>2)</sup></b>
X Promoted Tweet	Hervorgehobener Tweet auf dem X-Channel von Pfefferminzia	24	<b>auf Anfrage</b>

## PODCAST

Werbeform	Format / Umsetzung	Infos auf Seite	Preis
Native Ad	Werbeblock nach Manuskript des Werbetreibenden in Zusammenarbeit mit der Pfefferminzia-Chefredaktion	25	<b>ab 825 €<sup>3)</sup></b>

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.



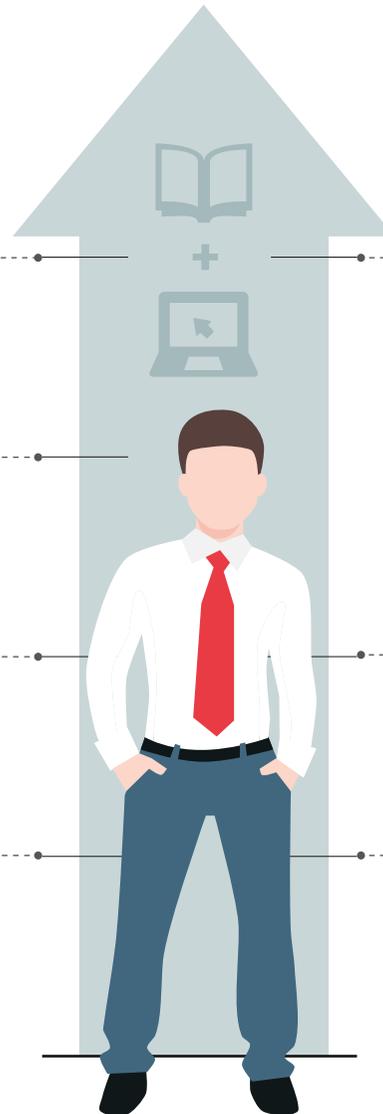
**10,0 %**

ab 12.000 € Umsatz p. a.



**5,0 %**

ab 6.000 € Umsatz p. a.

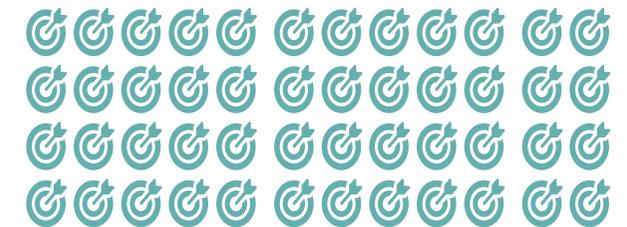


**MISCHFORMATE-UMSATZSTAFFEL**

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](mailto:info@pfefferminzia.de)  
Vertrieb/Verkauf  
[media@pfefferminzia.de](mailto:media@pfefferminzia.de)

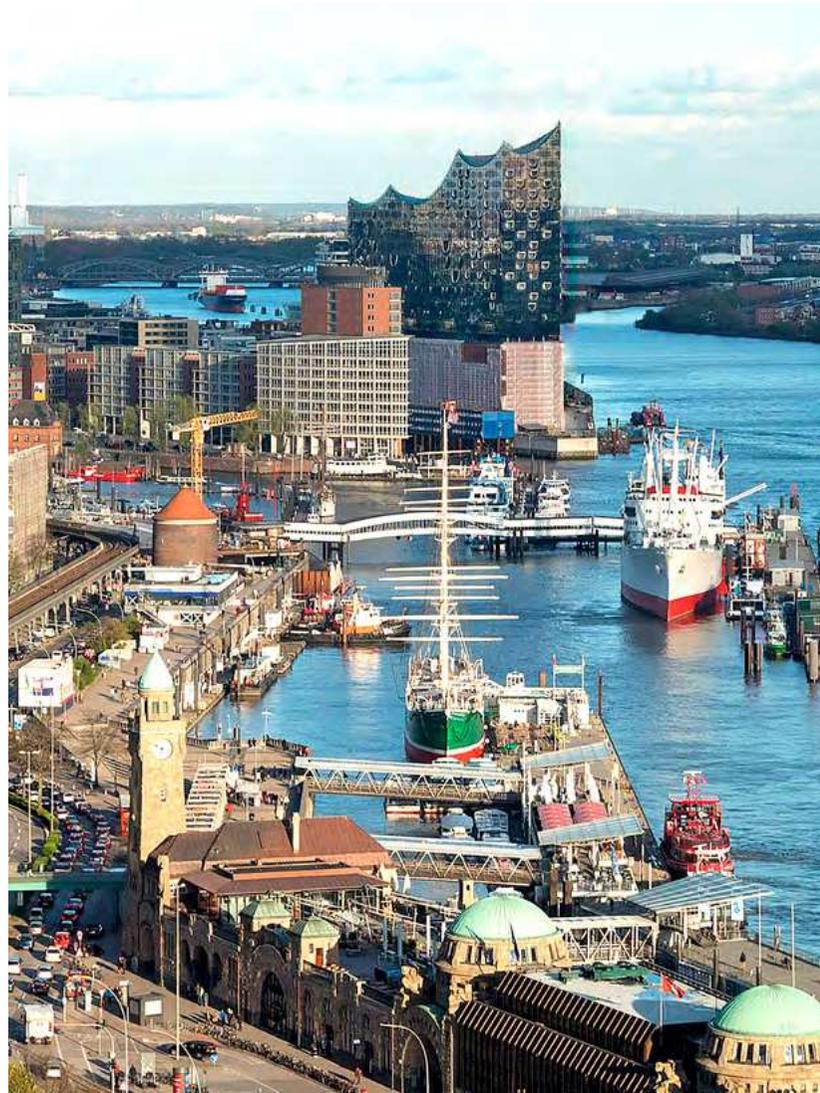
### INTERNET

[www.pfefferminzia.de](http://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](mailto: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](mailto: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](mailto:karen.schmidt@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](http://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](mailto:britta.harder@pfefferminzia.de)

### WERBEMITTELDATEN

senden Sie bitte unbedingt auch an  
[media@pfefferminzia.de](mailto: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](mailto:media@pfefferminzia.de)  
Hinweis: Allg. Mediadaten-Anfragen (Preise, Themen und Termine) bitte ausschließlich an  
[media@pfefferminzia.de](mailto: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: 01.01.2024

